

GRAND-DUCHE DE LUXEMBOURG

---

MINISTERE DES CLASSES MOYENNES, DU TOURISME ET DU LOGEMENT

# Rapport d'activité 2005

Mars 2006

## DEPARTEMENT DU TOURISME

### Table des matières

I	SAISON TOURISTIQUE	1
II	SEPTIEME PROGRAMME QUINQUENNAL 2003 - 2007	
	1) Généralités	2
	2) Infrastructures touristiques à réaliser par les communes et les syndicats d'initiative	3
	3) Hôtellerie	10
	4) Gîtes ruraux, et mise en valeur touristique du patrimoine culturel: projets réalisés par des particuliers	11
	5) Camping	12
	6) Investisseurs privés	14
III	ECO-LABEL DANS LE DOMAINE DU TOURISME	15
IV	SENTIERS TOURISTIQUES ET PISTES CYCLABLES	
	1) Sentiers touristiques	17
	2) Pistes cyclables	18
V	CONCOURS "Schéin Dierfer a Stied"	25
VI	TOURISME DE CONGRES	27
VII	RELATIONS INTERNATIONALES ET COOPERATION TRANSFRONTALIERE	30
VIII	ACTIONS PROMOTIONNELLES DU MINISTERE DU TOURISME	
	1) Insider, le nouveau périodique du Ministère du Tourisme	34
	2) Publicité par le biais des réseaux de distributions traditionnels	34
	3) Médias électroniques/informatiques	35
	4) Actions promotionnelles par le biais des représentations touristiques à l'étranger	37
	5) Participation aux foires et salons touristiques	38
IX	ANIMATION TOURISTIQUE	40
X	ACTIVITES PROMOTIONNELLES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME	41
	ANNEXE I Tableaux statistiques/STATEC	51
	ANNEXE II Tableaux statistiques/Syndicat d'Initiative de la Ville de Luxembourg	53

## I. SAISON TOURISTIQUE

Les premiers chiffres de la statistique d'hébergement de l'année 2005 publiés par le STATEC (v. annexe I) font ressortir que le tourisme luxembourgeois a connu en termes absolus sa meilleure saison depuis 1995, quand Luxembourg-Ville était la capitale européenne de la culture.

Ce constat vise en premier lieu le secteur de l'hôtellerie, qui a connu une deuxième année record d'affilée. Le nombre total des arrivées a augmenté de 8,3 % et celui des nuitées de 5,1 %. Les résultats sont encore plus impressionnants pour Luxembourg-Ville, avec une progression de 9,4 % respectivement 8 %. Si la présidence luxembourgeoise de l'UE a constitué un coup de pouce bienvenu aux hôtels (total estimé : 24 000 nuitées), il faut cependant noter que la performance est essentiellement le reflet de l'activité des affaires en Europe et au Luxembourg. Au niveau régional, il convient de relever les résultats positifs du Centre et du Sud avec des progressions des nuitées de 7 % et 23 %.

Les résultats ont été moins brillants dans le secteur du camping, qui a connu une deuxième régression consécutive (-10 %) par rapport à l'année record 2003. L'hôtellerie de plein air reste toujours tributaire des conditions météorologiques qui étaient plutôt mitigées en juillet et en août 2005. Par ailleurs, les chantiers sur les autoroutes en France et en Belgique ont fait que bon nombre d'automobilistes ont préféré éviter le passage par le Grand-Duché cette année-ci.

Les autres catégories d'hébergement qui comprennent les auberges de jeunesse, les gîtes d'étape, les appartements et maisons de vacances ainsi que les chambres chez des particuliers ont pu enregistrer une augmentation de plus de 4 % de leurs arrivées, mais une diminution de 2,5 % de leurs nuitées, ce qui corrobore une fois de plus la tendance des clients vers des séjours de courte durée et plus fréquents.

D'une manière générale, on a pu constater une grande volonté de la part des propriétaires d'hôtels et de campings d'étendre leur offre d'infrastructures et de services. Ainsi, plus de 50 % des propriétaires des hôtels et campings ont récemment procédé à des investissements. Cette dernière constatation est peut-être le point le plus positif de cette saison 2005 et nous permet en tout cas d'entrevoir l'avenir du tourisme luxembourgeois avec un certain optimisme.

## **II. SEPTIEME PROGRAMME QUINQUENNAL 2003 - 2007**

### **1) Généralités**

La loi du 17 mars 2003 autorise le Gouvernement à subventionner l'exécution d'un septième programme quinquennal de l'infrastructure touristique. Doté d'une enveloppe de 37,5 millions d'euros, il doit permettre notamment :

- l'exécution de projets d'équipement de l'infrastructure touristique régionale à réaliser par des communes, des syndicats de communes, des syndicats d'initiative, des ententes de syndicats d'initiative et des associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme, ainsi que par des investisseurs privés;
- l'exécution de projets de modernisation, de rationalisation et d'extension de l'infrastructure hôtelière existante ainsi que de projets de construction d'établissements hôteliers répondant à un intérêt économique général;
- l'exécution de projets d'aménagement, de modernisation et d'extension de gîtes ruraux ainsi que de projets de construction, de modernisation et d'extension d'auberges de jeunesse;
- l'exécution de projets de modernisation, de rationalisation, d'extension, d'assainissement et d'intégration dans l'environnement naturel de l'infrastructure des campings existants ainsi que de projets de création de terrains de camping répondant à un intérêt économique général;
- l'exécution de projets de conservation et de mise en valeur touristique du patrimoine culturel, à réaliser par des communes, des syndicats de communes, des syndicats d'initiative, des ententes de syndicats d'initiative et des associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme, ainsi que par des investisseurs privés;

- l'exécution de projets d'aménagement et d'équipement moderne de bureaux touristiques à réaliser par des communes, des syndicats de communes, des syndicats d'initiative, des ententes de syndicats d'initiative et des associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme;

- les frais de fonctionnement et de rémunération dans le cadre de projets ou initiatives touristiques d'envergure à caractère régional ou national gérés par des syndicats d'initiative, des ententes de syndicats d'initiative et des associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme;

- l'élaboration de concepts et d'études relatives au développement et à l'équipement de l'infrastructure touristique.

Le 7e programme quinquennal doté d'une enveloppe globale de 37,5 millions d'euros vient à terme fin 2007. Le tableau ci-dessous montre la répartition des montants déjà alloués jusqu'à fin 2005.

	2003	2004	2005	Total
SI et autres asbl	732.060	1.304.690	1.471.622	3.508.372
Communes	2.426.945	4.750.085	3.408.603	10.585.633
Hôtels	2.024.287	1.295.852	1.262.104	4.582.243
Camping	123.443	138.711	109.522	371.676
Gîtes ruraux	274.767	74.509	48.966	398.242
Investisseurs privés	265.856	0	0	265.856
Total	5.847.358	7.563.847	6.300.817	19.712.022

## 2) Infrastructures touristiques à réaliser par les communes et les syndicats d'initiative

Le programme de l'infrastructure touristique indiquant le genre et la répartition sur le territoire de projets à réaliser par les communes, les syndicats de communes, les syndicats d'initiative, les ententes de syndicats d'initiative et autres associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme susceptibles d'être subventionnés par l'Etat est établi comme suit:

### Communes de

- Beaufort - réaménagement et embellissement du centre
- Beckerich - aménagement du moulin de Beckerich
- Berdorf - centre récréatif Martbusch : équipement sport-loisirs
- piscine intercommunale

Clervaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>- réaménagement du centre</li> <li>- modernisation de la piscine</li> </ul>
Diekirch	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mise en valeur du Musée National d'Histoire Militaire</li> <li>- remise en valeur du centre de Diekirch</li> <li>- mise en valeur et extension de la piscine couverte</li> <li>- aménagement d'un Conservatoire National de la Voiture Historique</li> </ul>
Echternach	<ul style="list-style-type: none"> <li>- réaménagement et embellissement du centre</li> <li>- aménagement du centre récréatif et de loisirs et construction d'une auberge de jeunesse et d'une piscine</li> </ul>
Ettelbrück	<ul style="list-style-type: none"> <li>- modernisation de l'auberge de jeunesse</li> </ul>
Grevenmacher	<ul style="list-style-type: none"> <li>- construction d'une auberge de jeunesse</li> <li>- aménagement d'un quai d'accostage</li> </ul>
Heinerscheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- réaménagement de l'ancienne ferme "Cornely"</li> </ul>
Hosingen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- construction d'une piscine</li> </ul>
Larochette	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aménagement du centre</li> </ul>
Luxembourg	<ul style="list-style-type: none"> <li>- modernisation de la patinoire à Kockelscheuer</li> <li>- modernisation de l'auberge de jeunesse</li> </ul>
Mersch	<ul style="list-style-type: none"> <li>- construction d'une nouvelle piscine</li> </ul>
Mertert	<ul style="list-style-type: none"> <li>- construction d'un musée pour bateaux</li> <li>- mise en valeur du centre de loisirs avec aquarium</li> </ul>
Mondorf	<ul style="list-style-type: none"> <li>- construction d'une piscine</li> </ul>
Pétange	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mise en valeur touristique de l'infrastructure ferroviaire</li> </ul>
Putscheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mise en valeur de la mine de cuivre à Stolzembourg</li> </ul>
Remerschen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- divers aménagements dans la zone de récréation et de loisirs</li> <li>- mise en valeur des anciennes galeries de plâtres</li> <li>- aménagement d'un centre multi-médiatique</li> </ul>
Remich	<ul style="list-style-type: none"> <li>- réaménagement et mise en conformité du complexe sportif, piscine en plein air et patinoire</li> <li>- réaménagement de l'esplanade et du quai de la Moselle</li> </ul>
Rosport	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aménagement du château Tudor</li> </ul>
Rumelange	<ul style="list-style-type: none"> <li>- extension et réaménagement du Musée des Mines</li> </ul>
Troisvierges	<ul style="list-style-type: none"> <li>- modernisation de la piscine en plein air</li> </ul>
Vianden	<ul style="list-style-type: none"> <li>- modernisation de l'auberge de jeunesse</li> <li>- mise en valeur des musées</li> <li>- aménagement du noyau historique</li> </ul>

Wellenstein	<ul style="list-style-type: none"> <li>- extension du port de plaisance à Schwebsingen</li> <li>- aménagement d'un quai d'accostage à Bech- Kleinmacher</li> <li>- aménagement du centre de loisirs et de récréation à Schwebsingen</li> <li>- mise en valeur des musées</li> </ul>
Wiltz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- extension de l'auberge de jeunesse (Maison Gruber)</li> <li>- remise en valeur de la piscine</li> </ul>
Wormeldange	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aménagement d'un parc de loisirs à Ehnen</li> <li>- aménagement de quais d'accostage</li> </ul>
Diverses communes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pistes cyclables et aménagements annexes</li> </ul>
Diverses communes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sentiers pédestres et aménagements annexes</li> </ul>
Diverses communes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- embellissement touristique, aménagement d'infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des touristes et équipements de sports-loisirs</li> </ul>

#### **Syndicats d'initiative et autres a.s.b.l.:**

S.I. Beaufort	<ul style="list-style-type: none"> <li>- modernisation de la piscine</li> <li>- réaménagement de la patinoire</li> </ul>
S.I. Munshausen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- extension du domaine touristique</li> </ul>
S.I. Wiltz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aménagement d'un musée national d'art brassicole</li> </ul>
Association des Musée et Tourisme Ferroviaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>- restauration du parc ferroviaire</li> </ul>
Centrale des Auberges de Jeunesse Luxembourgeoises	<ul style="list-style-type: none"> <li>- modernisation et extension du réseau des auberges de jeunesse</li> </ul>
Divers syndicats et autres asbl	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sentiers pédestres et aménagements annexes</li> </ul>
Divers syndicats et autres asbl	<ul style="list-style-type: none"> <li>- embellissement touristique, aménagement d'infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des touristes et équipements de sports-loisirs</li> </ul>

## Tableau des montants alloués aux communes au cours de l'exercice 2005

communes	objet	subventions allouées ( en € )
Beaufort	réaménagement du centre	10.379,80
Berdorf	construction centre culturel	35.000,00
Clervaux	modernisation camping	170.000,00
Diekirch	construction nouveau pont	5.000,00
	réaménagement camping	10.000,00
	embellissement localité	2.500,00
	nouveau musée	41.900,00
Echternach	remise en état centre récréatif	39.737,94
	rénovation Denzelt	85.000,00
	construction nouvelle auberge de jeunesse	1.500.000,00
Feulen	construction piste cyclable	101.492,10
Heinerscheid	rénovation ferme Cornely	125.000,00
Kautenbach	réaménagement du centre	19.578,70
	investissement camping	17.185,33
	entretien constructif piste cyclable	13.448,22
Luxembourg	modernisation auberge de jeunesse	500.000,00
Mersch	construction nouvelle piscine	80.000,00
Mompach	réaménagement à Mompach	8.676,27
	réaménagement à Born	38.802,90
	réaménagement à Herborn	9.375,00
Niederanven	réaménagement place publique à Hostert	7.500,00
Parc Naturel / H-Sûre	réalisation circuit thématique	13.252,14
Pütscheid	aménagement aire de repos et de loisirs	16.900,00
Rumelange	réaménagement Musée des Mines	10.583,75
Wahl	réaménagement traversée	5.750,00
Weiswampach	investissement camping	21.418,99
Wellenstein	construction centre d'accueil	148.000,00
Wilwerwiltz	travaux sentiers	12.121,56
	Total :	3.048.602,70



## Tableau synoptique demandes AC

### a) répartition par projets :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. '03-07
Infrastructure communale	20	6 188 283,03	823 256,74	426 844,27
Infrastructure routière	39	12 923 042,55	1 949 694,75	362 278,97
Piste cyclable	27	14 277 846,04	5 803 471,29	1 490 596,73
Plantations	0	0,00	0,00	0,00
Sentier touristique	15	1 159 840,65	201 804,62	130 791,10
Eclairage de style	69	4 023 864,14	957 668,92	124 621,92
Patrimoine culturel	13	5 491 384,08	548 402,32	221 010,00
Accueil	4	1 043 764,16	254 157,48	299,26
Scouts/Chalets/Gîte	3	621 191,48	224 693,04	14 660,18
Camping	19	9 950 811,40	4 012 997,90	3 252 061,32
Centre récréatif/Parc/Sports	27	15 932 768,92	3 476 645,50	345 283,13
Navigation touristique	7	3 876 111,67	1 521 054,99	82 632,43
Enseignes décoratives	1	169 212,12	33 842,42	0,00
Musée	13	6 293 915,56	771 775,48	213 375,68
Auberge de jeunesse	8	20 428 266,65	7 146 377,23	3 356 177,71
Piscine	10	31 251 568,88	2 932 760,67	205 000,00
<b>Total</b>	<b>275</b>	<b>133 631 871,34</b>	<b>30 658 603,35</b>	<b>10 225 632,70</b>

### b) répartition par région touristique :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. '03-07
Bon Pays	41	23 267 097,53	6 517 741,68	2 181 337,93
Ardennes	122	45 081 291,32	9 804 175,23	3 213 524,63
Müllerthal	47	17 757 825,83	5 996 155,23	2 203 867,01
Moselle	53	29 448 300,72	7 593 425,21	2 486 537,94
Sud	12	18 077 355,93	747 106,01	140 365,19
<b>Total</b>	<b>275</b>	<b>133 631 871,34</b>	<b>30 658 603,35</b>	<b>10 225 632,70</b>

Au total le Ministère du Tourisme compte actuellement 275 dossiers qui demandent un suivi. A noter que 184 dossiers ont été reportés du 6<sup>ième</sup> au 7<sup>ième</sup> programme quinquennal

Les 275 projets totalisent un investissement éligible de 133.631.871,34 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison d'un montant de 30.658.603,35 €. Au total 10.225.632,70 € ont déjà été liquidés en faveur des différentes communes et syndicats de communes pour les projets réalisés ou en cours de réalisation.

Par rapport à l'année 2004, 19 nouveaux projets présentés par les communes et les syndicats de communes ont été retenus par le Ministère du Tourisme en 2005

**Tableau des montants alloués aux syndicats d'initiative; ententes de syndicats d'initiative et autres associations sans but lucratif au cours de l'exercice 2005**

SI ou autre asbl	objet	subventions allouées ( en €)
A.P.E.M.H.	modernisation Parc Merveilleux	200.183,19
A.M.T.F.	infrastructure Train 1900	16.762,46
C.N.V.H.	aménagement musée de l'automobile	42.749,30
Beaufort	rénovation patinoire	79.955,74
	modernisation piscine	13.176,43
Diekirch	investissements camping	190.102,75
Echternach	aménagement gîte	12.500,00
	aménagement nouvelle piscine en plein aire	4.678,32
Mersch	investissements camping	318.435,00
Munshausen	réalisation domaine touristique	492.023,06
Wiltz	modernisation musée brassicole	14.139,44
ONT	système d'information et de réservation	51.211,85
divers SI et asbl	acquisition équipement matériel informatique et audiovisuel modernisation bureau d'accueil	35.704,32
	<b>Total :</b>	<b>1.471.621,86</b>

## Tableau synoptique demandes SI et autres asbl

### a) répartition par projets :

	<b>N° dossiers</b>	<b>Part éligible</b>	<b>Engagement</b>	<b>Liq. 03-07</b>
Gîte rural	5	307 358,73	151 801,76	27 801,08
Gîte d'étape	0	0,00	0,00	0,00
Chalet	1	16 777,93	2 500,00	2 500,00
Auberge de Jeunesse	0	0,00	0,00	0,00
Infrastructure	8	8 658 277,53	5 276 814,32	2 185 675,93
Musée	2	423 782,00	169 550,00	56 888,74
Aire de distraction	2	101 873,61	22 974,72	20 000,00
Informatique	14	314 136,75	249 054,99	156 325,70
Camping	9	3 167 613,64	1 433 958,69	672 121,86
Piscine	4	746 268,24	372 046,91	371 392,13
Patinoire	3	316 800,92	146 987,91	118 318,65
Illumination	0	0,00	0,00	0,00
Equipement	0	0,00	0,00	0,00
Loisirs	2	26 456,88	9 165,00	3 036,00
Bureau d'accueil	2	87 153,71	21 635,00	21 635,00
Promotion	0	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>14 166 499,96</b>	<b>7 856 489,31</b>	<b>3.635.695,09</b>

### b) répartition par région touristique :

	<b>N° dossiers</b>	<b>Part éligible</b>	<b>Engagement</b>	<b>Liq. 03-07</b>
Bon Pays	6	2 722 715,90	1 161 309,13	580 996,50
Ardennes	20	7 238 421,66	4 641 760,91	2 046 936,40
Müllerthal	16	1 747 205,89	845 863,51	531 278,83
Moselle	7	389 126,22	173 040,61	32 080,19
Sud	3	2 069 030,29	1 034 515,15	444 403,17
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>14 166 499,96</b>	<b>7 856 489,31</b>	<b>3.635.695,09</b>

Au total le Ministère du Tourisme compte actuellement 52 dossiers qui demandent un suivi. A noter que 18 dossiers ont été reportés du 6<sup>ième</sup> au 7<sup>ième</sup> programme quinquennal

Les 52 projets totalisent un investissement éligible de 14.166.499,96 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison d'un montant de 7.856.489,31 €. Au total 3.635.695,09 € ont déjà été liquidés en faveur des différents syndicats d'initiative, ententes de syndicats d'initiative et autres asbl pour les projets réalisés ou en cours de réalisation.

Par rapport à l'année 2004, 12 nouveaux projets présentés par les différents syndicats d'initiative, ententes de syndicats d'initiative et autres asbl ont été retenus par le Ministère du Tourisme en 2005

### **3) Hôtellerie**

Le 7e programme quinquennal (2003-2007) prévoit des subventions en capital ou en intérêts pour les établissements hôteliers qui, après les travaux d'extension, n'ont pas plus de 75 chambres ainsi que pour la construction d'établissements nouveaux de 75 chambres au maximum.

Les investissements ayant pour objet la modernisation ou la rationalisation d'un établissement hôtelier, réalisés au cours du 7e programme quinquennal, sont subventionnables jusqu'à concurrence d'un plafond de 1,66 millions d'euros. Ce plafond ne s'applique ni à la construction d'établissements hôteliers nouveaux, ni à l'extension d'établissements hôteliers existants.

Les taux de subvention ont été fixés comme suit:

a) Une subvention maximum de dix pour cent du coût des investissements subventionnables peut être allouée:

- pour tout projet de modernisation, de rationalisation ou d'extension d'établissements hôteliers existants dont les trois quarts des chambres au moins disposent, après les travaux, d'une salle de bains et d'un W.C.

- pour la construction d'établissements nouveaux dont toutes les chambres disposent d'une salle de bains et d'un W.C.

b) Une subvention maximum de quinze pour cent des investissements subventionnables peut être allouée, en milieu rural, pour les projets d'extension d'établissements existants ou pour la construction d'établissements nouveaux, si ces établissements, après réalisation des travaux, remplissent certaines conditions définies par le règlement grand-ducal du 31 mars 2003 fixant les modalités d'octroi des subventions en capital ou en intérêts destinés à l'hôtellerie.

c) Une subvention maximum de quinze pour cent des investissements subventionnables peut être allouée, en milieu rural et urbain, pour les projets de modernisation et de rationalisation d'établissements existants, si ces établissements, après réalisation des travaux, remplissent certaines conditions définies par le règlement grand-ducal du 31 mars 2003 fixant les modalités d'octroi des subventions en capital ou en intérêts destinés à l'hôtellerie.

Les taux de subvention sus-mentionnés peuvent être augmentés de 5 points:

- pour les projets visés qui se distinguent par une spécialisation très poussée dans le domaine des sports, de la santé ou du tourisme de congrès

- pour l'aménagement d'établissements d'hébergement dans le cadre d'immeubles existants à valeur culturelle sans que le taux de subvention puisse dépasser 15% du montant total des investissements.

La première tranche du 7<sup>e</sup> programme quinquennal (2.024.287,01 €) a été répartie entre 31 bénéficiaires. La deuxième tranche du 7<sup>e</sup> programme quinquennal (1.295.852,27 €) a été répartie entre 49 bénéficiaires.

La troisième tranche du 7<sup>e</sup> programme quinquennal (1.262.104,34 €) a été répartie entre 21 bénéficiaires.

586.954,26 € ont été investis dans la construction d'établissements d'hébergement nouveaux, tandis que 675.150,08 € ont été affectés à des travaux de modernisation, de rationalisation et d'extension d'établissements existants.

#### **4) Gîtes ruraux et mise en valeur touristique du patrimoine culturel: projets réalisés par des particuliers.**

L'aménagement de gîtes ruraux et de gîtes à la ferme ainsi que la rénovation de vieilles maisons, augmentent nos capacités d'hébergement, surtout dans les régions défavorisées sur le plan hôtelier, en donnant une nouvelle affectation à certaines maisons rurales et en maintenant des emplois dans des régions qui risquent de se dépeupler.

Dans le cadre du septième programme quinquennal (2003-2007), un taux de subvention de quinze pour cent du coût total des investissements peut être alloué à un investisseur privé pour l'aménagement d'un gîte rural ou d'un gîte à la ferme, la modernisation ou l'extension d'un gîte rural ou d'un gîte à la ferme

existants, la construction, la modernisation ou l'extension d'une auberge de jeunesse ainsi que la mise en valeur touristique du patrimoine culturel.

Pour l'exercice 2003, 274.767,22 € ont été répartis entre 7 investisseurs privés pour l'aménagement de gîtes ruraux.

Pour l'exercice 2004, 74.509,31 € ont été réparties entre 5 investisseurs privés pour l'aménagement de gîtes ruraux.

Pour l'exercice 2005, 48.965,76 € ont été répartis entre 6 investisseurs privés pour l'aménagement de gîtes ruraux.

## 5) Camping

En 2005, 104 terrains de campings ont été recensés, avec une capacité de 12.945 emplacements. La répartition des camps dans les différentes catégories est résumée dans le tableau ci-dessous.

En première catégorie, nous comptons actuellement 83 campings avec une capacité de 12.078 emplacements, en deuxième catégorie, 12 campings avec une capacité de 626 emplacements, et en troisième catégorie, 9 campings avec une capacité de 241 emplacements.

### Capacité camping en 2005

	terrains de camping nombre	%	emplace- ments nombre	%	nombre moyen d'emplacements
Catégorie I	83	79,81	12.078	93,60	145,52
Catégorie II	12	11,54	626	4,84	52,17
Catégorie III	9	8,65	241	1,86	26,78
Total	104	100,0	12.945	100,0	

Nombre total de campeurs pouvant être hébergés par nuitée : 38.835

Catégorie I : 36.234  
Catégorie II : 1.878  
Catégorie III : 723

L'aide sous forme de subvention en capital à l'intention des exploitants de terrains de camping privés, pour la modernisation, la rationalisation et l'extension de leurs entreprises, s'est élevée à 138.710,53 € en 2004. Le montant des subventions accordées en 2004 a été réparti entre 14 bénéficiaires.

L'aide allouée en 2005 s'est élevée à 109.521,95 et a été répartie entre 16 bénéficiaires.

En 2004, la Commission Spéciale « Campings » a avisé 27 dossiers présentant des investissements pour un montant total de 138.710,53 €.

En 2005, la Commission Spéciale « Campings » a avisé 19 dossiers présentant des investissements pour un montant total de 2.844.543,40 €.

Le 7e programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique prévoit que les propriétaires de camping doivent réserver au moins 75% du nombre total des emplacements au tourisme de passage afin de pouvoir bénéficier des aides financières prévues par la loi. Pour les campings, dont le taux des emplacements réservés au tourisme de passage se situe entre 75% et 50%, le montant retenu pour le calcul des subventions sera proportionnel à ce taux.

Depuis 2003, ce calcul s'effectue de la façon suivante :

"Art. 4.- Pour le calcul des emplacements à réserver au tourisme de passage seront seulement pris en compte les tentes, les roulottes ou autres véhicules aménagés pour servir de logement qui ont gardé leur caractère de mobilité et qui ne sont pas installés dans le même camping pendant toute l'année. Par ailleurs, l'occupation du terrain de camping doit se limiter en principe à un maximum de 25% des emplacements entre le 1er novembre et le 1er mars.

Art. 5.- Dans le cas d'une modernisation, d'une rationalisation, d'un assainissement, de l'intégration dans l'environnement naturel ou de l'extension de camping existants, l'accomplissement de la condition concernant les emplacements réservés au tourisme de passage peut s'échelonner sur plusieurs années suivant un plan à introduire avec la demande en obtention d'une subvention fixant les étapes pour une augmentation des emplacements à réserver au tourisme de passage. La liquidation de la subvention sera échelonnée en fonction de la réalisation de ce plan."

Il existe trois taux de subventionnement établis en fonction de la nature de l'investissement:

- 20% pour travaux d'intégration du camping dans l'environnement naturel, pour la construction d'une station d'épuration biologique ou pour le raccordement du camping à une station d'épuration;
- 15% pour travaux de modernisation ou d'extension de l'équipement sanitaire et pour la création, l'extension ou l'amélioration d'équipements de loisirs;

- 10% pour tous autres travaux de modernisation et de rationalisation.

Les subventions peuvent atteindre au maximum 15% de l'investissement total.

Les dépenses pour travaux d'entretien ou de rénovation pure et simple ne sont pas subventionnables.

## **6) Investisseurs privés**

Le 7e programme quinquennal (2003-2007) prévoit pour les projets d'équipement de l'infrastructure touristique à caractère régional un taux de subvention de quinze pour cent du coût total des investissements n'excédant pas 2,5 millions d'euros.

Pour des projets d'équipement de l'infrastructure touristique d'envergure, répondant aux besoins de plusieurs régions, des subventions en capital de quinze pour cent au maximum du coût total des investissements n'excédant pas 2,5 millions d'euros peuvent être accordées.

Pour l'exercice 2003, 265.856,99 € ont été alloués à 2 investisseurs privés.

Pour l'exercice 2004, aucune aide à l'investissement n'a été allouée.

Pour l'exercice 2005, aucune aide à l'investissement n'a été allouée.



### **III. ECO-LABEL DANS LE DOMAINE DU TOURISME**

C'est en 1997 que le Ministère du Tourisme a lancé, en collaboration avec la Fondation Oeko-Fonds, le concours « Tourisme et Environnement » en vue de l'introduction d'un éco-label pour les établissements d'hébergement.

Ce genre de label existe depuis un certain nombre d'années dans plusieurs pays et se révèle être un argument de vente et de fidélisation pour les entreprises qui le portent et qui, en conséquence, peuvent développer des stratégies de marketing très ciblées.

Contrairement à l'opinion répandue, une gestion écologique ne provoque d'ailleurs pas nécessairement de frais supplémentaires. Il est possible au contraire de faire d'importantes économies dans les secteurs de l'énergie, de l'eau et des déchets.

Ce label écologique s'inscrit d'autre part dans le concept stratégique global du Ministère du Tourisme qui préconise l'amélioration, la rationalisation et la promotion de différents types d'hébergement, notamment en milieu rural, ainsi qu'une meilleure protection de l'environnement naturel tant du point de vue de la salubrité que de celui de l'esthétique.

Deux catégories de critères sont prévues pour obtenir le label écologique. D'un côté, les critères auxquels les entreprises doivent se tenir absolument, de l'autre ceux dont seulement un certain pourcentage doit être respecté.

Il existe un label écologique unique pour le Luxembourg, et cela pour toutes les catégories d'établissements touristiques.

Le catalogue des critères a été arrêté fin 1998 par le comité de suivi, dans lequel sont représentés, à côté du Ministère du Tourisme et la Fondation Oeko-fonds, l'Office National du Tourisme, le Ministère de l'Environnement, le Ministère de l'Energie, la Chambre de Commerce, l'Horesca, les associations de campings Camprilux et l'Association des Propriétaires de Camping, le Lycée Technique Hôtelier Alexis Heck, le Lycée Technique de Bonnevoie et l'Association pour la Promotion du Tourisme Rural.

En mai 1999, les douze premiers établissements d'hébergement se sont vus décerner l'écolabel, quatre autres établissements ont suivi en automne 1999.

En 2000, les critères ont été réévalués et actualisés à la lumière des expériences acquises dans le passé et sont d'application depuis 2001.

Les directives ainsi que les critères pour l'attribution de l'Ecolabel ont été revus et modifiés en 2005 et sont entrés en vigueur le 1<sup>er</sup> décembre 2005.

Rappelons encore que le Ministère du Tourisme et l'Office National du Tourisme sont titulaires de la marque déposée « Ecolabel », dont l'attribution est valable pendant deux ans.

Ainsi, en 2005, 6 établissements classés ont posé leur candidature à l'attribution de l'Ecolabel. 5 entreprises ont satisfait aux critères et obtenu le label.

Actuellement, la situation des établissements classés se présente comme suit :

Campings :	9
Gîtes ruraux :	7
Hôtels :	11

## **IV. SENTIERS TOURISTIQUES ET PISTES CYCLABLES**

### **1) Sentiers touristiques**

Au début de l'an 1999, le Ministère du Tourisme avait été contraint de recourir à une main d'œuvre externe pour pouvoir assurer le balisage des sentiers touristiques nationaux et internationaux. Le recours à des révisions systématiques et complètes est essentiel et indispensable afin de garantir un produit touristique de qualité.

Ce contrat avait été conclu avec une asbl qui a comme but principal la mise au travail de personnes provenant de milieux défavorisés et l'intégration de chômeurs de longue durée dans un contrat de travail normal.

Durant l'année écoulée, cette équipe composée de 3 personnes a pu terminer la révision des 24 sentiers nationaux.

L'entretien des sentiers touristiques est assuré par les syndicats d'initiative, les communes ou d'autres associations œuvrant en faveur du tourisme. Sans leur engagement et la mise à disposition d'une main d'œuvre souvent bénévole, il n'aurait pas été possible de maintenir notre réseau de sentiers touristiques en bon état.

Or, force est de constater que le travail à titre bénévole est malheureusement en régression.

C'est dans cette optique que le Ministère du Tourisme a engagé à partir du printemps 2001 une deuxième équipe pour assurer l'entretien des sentiers touristiques. Ces dernières années celle-ci a surtout fait ses preuves dans l'entretien constructif des sentiers touristiques comme p.ex. la réhabilitation d'escaliers, de gardes corps et de passerelles.

Une troisième équipe est prévue dans le cadre de l'exercice budgétaire 2006. Cette équipe sera affectée prioritairement à la région de la Petite Suisse luxembourgeoise, afin de garantir la mise en œuvre d'un nouveau concept garantissant le balisage des sentiers touristiques de la région. Pour garantir le succès de cette nouvelle mission, d'importants travaux préparatoires ont déjà été réalisés en 2005.

Dans un environnement touristique de plus en plus concurrencé, il importe de savoir que la performance et la compétitivité du tourisme de notre pays dépendent dans une large mesure de la qualité de ses infrastructures. Afin de développer l'attractivité du réseau national de sentiers pédestres du Grand-Duché, notre département a développé un concept aidant à promouvoir ces 24 sentiers nationaux. Ainsi un premier dépliant d'appel, qui reprend le Sentier des Sept Châteaux a pu être présenté fin 2005. Sur le terrain même on retrouve des panneaux d'informations qui ont comme but :

- de renseigner le randonneur sur les moyens d'hébergement et d'autres infrastructures le long des sentiers touristiques
- de rendre attentif sur d'éventuelles attractions touristiques dans la région
- d'orienter et d'informer les randonneurs à l'aide d'une carte donnant un aperçu global sur le réseau national des sentiers touristiques du Grand-Duché
- d'indiquer à l'aide d'une carte topographique détaillée l'endroit où ils se trouvent
- de donner des informations quant aux distances entre différents points du réseau
- de donner une identité au réseau national des sentiers touristiques du Grand-Duché

D'autres sentiers du réseau national seront présentés sous la même forme d'ici le début de la saison 2006.

Par ailleurs, le Ministère du Tourisme a participé à la réédition du guide « 171 circuits auto-pédestres ». Cette 9<sup>ième</sup> édition tient compte de toutes les modifications de tracés opérées ces deux dernières années. Les Editions Guy Binsfeld projettent d'éditer une nouvelle version de ce guide d'ici 2 à 3 ans. Les travaux préparatoires vont débuter en 2006.

A noter que les nouvelles cartes topographiques « R - édition touristique » réalisées ces dernières années par l'Administration du Cadastre connaissent un grand succès. La collecte des données pour la mise à jour des dites cartes incombe à notre département.

En fin de compte dans le cadre de la promotion du réseau des sentiers touristiques de notre pays, notre département a soutenu un reportage dans le magazine allemand « Wandermagazin ». Ce magazine spécialisé dans la randonnée, a même choisi le Luxembourg pour la couverture de son édition des mois d'août et de septembre 2005. Vu le succès de cette action notre département entend réaliser un autre reportage de ce genre en 2006.

## **2) Pistes cyclables**

Depuis la fin des années 70, le Ministère du Tourisme, en étroite collaboration avec d'autres Ministères et Administrations, a consenti des efforts considérables afin de doter le pays d'un réseau de pistes cyclables

reliant les principaux centres touristiques et offrant la possibilité aux touristes et à la population autochtone de découvrir le pays à bicyclette.

Actuellement le Grand-Duché dispose d'un réseau de pistes cyclables de quelque 575 km qui ont été réalisées en grande partie grâce à l'initiative spontanée des autorités nationales et locales. Ces initiatives, pour louables qu'elles étaient, risquaient cependant de rester, à défaut d'un plan national, des actions isolées, territorialement limitées et partant disparates.

C'est dans cette optique que le Ministère des Travaux Publics a déposé en octobre 1997 un projet de loi portant création d'un réseau de pistes cyclables. La loi, votée le 6 juillet 1999, prévoit l'aménagement de quelque 900 km de pistes cyclables dans les années à venir.

Afin de mieux faire connaître nos pistes cyclables à un plus large public, une publicité tant sur les marchés de proximité que sur les marchés lointains s'avère indispensable. Parallèlement la publication de brochures et de cartes typographiques constitue un moyen de marketing à la fois utile et nécessaire. C'est dans ce contexte que le Ministère du Tourisme a participé à la réalisation d'un guide touristique pour cyclistes.

Le nouveau guide "VeloTour Luxembourg – Les plus beaux circuits-découvertes sur pistes cyclables" a connu dès sa parution en 2001 un grand succès.

Le guide a été réédité en 2003.

Depuis bon nombre d'années, le Ministère du Tourisme a intensifié ses contacts avec les autorités compétentes à l'étranger en vue d'une fusion des différents réseaux nationaux.

Citons dans ce contexte, dans le cadre de la Commission régionale SarreLorLux Trèves / Rhénanie Palatinat, la réalisation du concept « Vallée Européenne de la Moselle », et plus précisément la route « VéloToursMoselle » qui permet de découvrir à vélo la région de la Moselle de la source à l'embouchure.

Dans ce contexte il y a lieu de rappeler qu'il y a trois ans qu'est née l'idée quant à la création d'un circuit cyclable transfrontalier reliant la Sarre, la Rhénanie-Palatinat, la Lorraine ainsi que le Grand-Duché de Luxembourg.

Le concept à la base de cette route est de mener le randonneur le long des vallées de la Sarre, de la Moselle et de la Sûre afin qu'il puisse partir à la recherche des attractions culturelles et des curiosités naturelles au pays des trois frontières.

Du côté luxembourgeois, il s'agit en l'occurrence du circuit qui mène de Schengen via Remich, Ellange/Gare et Hassel jusqu'à la capitale, puis suit partiellement l'ancien tracé ferroviaire vers Junglinster, Echternach et Rosport jusqu'à Wasserbillig.

En printemps 2005, la VeloRoute SaarLorLux a été présenté officiellement lors d'une conférence de presse à la foire touristique « ITB » à Berlin.

Récemment, les éditions „Esterbauer“ ont publié, en collaboration et avec l'appui financier des pays et régions concernés, un guide cycliste détaillé sur la VeloRoute SaarLorLux. Des cartes précises, des descriptions d'itinéraires fiables, de nombreux plans de ville, des renseignements sur l'offre culturelle et touristique des régions ainsi qu'un vaste répertoire de possibilités d'hébergement – ce livre fournit au cycliste passionné toutes les informations dont il aura besoin pour une randonnée le long de la VeloRoute SaarLorLux.

La mise en place d'un réseau cyclable européen tel qu'il a été proposé par l'ECF ( European Cyclists' Federation ) dans le cadre du projet « Eurovélo » intéresse de près notre département, puisqu'une des routes traverse notre pays. Il s'agit en l'occurrence de la liaison cyclable Londres – Rome. Vu la complexité du projet et le nombre de partenaires concernés, ce projet ne pourra être réalisé qu'à moyen terme.

Il convient de relever dans ce contexte que le Ministère du Tourisme est membre fondateur de l'Association Européenne des Voies Vertes.

#### L'Association Européenne des Voies Vertes

- contribue à la préservation des infrastructures telles que les voies de chemin de fer désaffectées, les chemins de halage et les itinéraires culturels (chaussées romaines, routes de pèlerinage,...) afin d'y développer des voiries autonomes réservées au trafic non-motorisé et de préserver le domaine public.
- encourage le transport non-motorisé, dresse des inventaires d'itinéraires potentiels et rédige des rapports techniques.
- favorise et coordonne l'échange de compétences et d'information entre les différentes associations et les organismes nationaux et locaux qui développent de semblables initiatives en Europe.
- informe et conseille les organismes nationaux et locaux sur les moyens à mettre en oeuvre pour développer ces voiries pour le trafic non-motorisé.
- collabore avec les autorités européennes pour soutenir leurs politiques en matière de développement durable, d'environnement, d'équilibre régional et d'emploi.

Le réseau tel qu'il a été retenu dans le cadre de la loi du 6 juillet 1999 portant création d'un réseau national de pistes cyclables, se présente fin 2004 comme suit :

- PC 1 *Piste cyclable du Centre*

Ville de Luxembourg : réseau périphérique

Travaux achevés

- PC 2 *Piste cyclable d'Echternach*

Luxembourg-Ville – Echternach

Travaux achevés

Dans le cadre des travaux d'urbanisation du Kirchberg et de la réalisation de la « Nordstrooss », plusieurs modifications ont été et seront encore apportées au tracé.

- PC 3 *Piste cyclable des Trois Rivières*

Vianden – Echternach – Wasserbillig – Schengen

Travaux achevés

Des travaux d'entretien constructif sont à prévoir pour les tronçons Reisdorf / Wallendorf-Pont, Dillingen / Grundhof et Bollendorf-Pont / Echternach.

Les travaux pour le tronçon Moersdorf-Wasserbillig sont presque achevés. Reste à terminer un dernier tronçon de +/- 600 mètres allant du pont Langsur à l'entrée de Wasserbillig.

Une nouvelle piste cyclable achevée en 2005 mène le cycliste en toute sécurité de Wasserbillig à Grevenmacher.

La piste empruntée entre Grevenmacher et Stadtbredimus est la N10 où une bande marquée visiblement est réservée aux cyclistes. Il est projeté que les travaux de réaménagement le long de la route du vin vont apporter des améliorations pour le cycliste.

Dans ce contexte il faut noter qu'une piste cyclable a été réalisée entre Stadtbredimus et Remich et que d'importants travaux de réaménagement sont en cours entre Grevenmacher et Machtum.

- PC 4 *Piste cyclable de la Syre*

Junglinster – Mertert

Piste cyclable à l'étude

- PC 5 *Piste cyclable de l'Ernz Blanche*

Junglinster – Dillingen

Les travaux pour un premier tronçon entre le lieu-dit « Soup » et Medernach ont pu être achevés en 2000.

Le reste du tracé est à l'étude.

- PC 6 *Piste cyclable des 3 Cantons*

Pétange – Schiffange – Bettembourg – Mondorf/Bains – Remerschen  
Quelques tronçons ont déjà été réalisés entre Pétange et Bettembourg.  
Le reste du tracé est à l'étude resp. en construction

- PC 7            *Piste cyclable « Jangeli »*

Remich – Mondorf/Bains

Les travaux pour la réalisation du premier tronçon Remich-cimetière à Ellange-Gare qui ont débuté en 2003 ont pu être achevés fin 2004.

- PC 8            *Piste cyclable de la Terre Rouge*

Pétange – Esch/Alzette – Dudelange – Bettembourg

L'Administration des Ponts et Chaussées a l'intention de réaliser par ses moyens propres une sorte de collectrice du sud pour vélos, qui doit relier toutes les grandes agglomérations entre elles et les raccorder aux pistes existantes.

- PC 9            *Radiale de l'Ouest*

Sanem – Leudelage – Reckange

Travaux achevés en majeure partie. Reste à réaliser la liaison Leudelage – réseau périphérique de la Ville de Luxembourg

- PC 10           *Jonction de Leudelage*

Liaison entre Leudelage / Bettembourg et la PC6

Piste cyclable en phase de réalisation

- PC 11           *Jonction de Hespérange*

Liaison entre Hespérange – Weiler-la-Tour et la PC 6

Piste cyclable à l'étude

- PC 12           *Piste cyclable de l'Attert*

Linger – Steinfort – Noerdange – Boevange/Attert – Colmar-Berg

Travaux achevés.

La jonction entre la ligne de l'Attert et la continuation vers la PC 16 resp. PC 3 sera réalisée dès que le tronçon traversant Colmar-Berg sera achevé. Une première partie de cette traversée a pu être réalisée en 2000 (tronçon « Piscine/Parking Good Year).

A noter que le cycliste doit emprunter actuellement une route secondaire jusqu'à Ettelbruck. Le projet d'une liaison directe entre Colmar-Berg et Ettelbruck est à l'étude



- PC 13            *Jonction de Strassen*

Réseau périphérique Ville de Luxembourg – Mamer – Garnich – Steinfort

Travaux achevés

La commune de Mamer a réalisé sur son territoire une liaison Mamer – Holzem – Garnich avec jonction au réseau national. La commune de Bertrange, quant à elle, a relié son réseau à celui de la Ville de Luxembourg assurant ainsi la liaison Luxembourg – Bertrange – Mamer – PC 12.

- PC 14            *Piste cyclable Eisch – Mamer*

Un premier tronçon qui mène de Mamer à Capellen a été achevé en 2005. Le reste de la liaison est encore à l'étude.

- PC 15            *Piste cyclable de l'Alzette*

Luxembourg – Mersch – Ettelbruck

Tronçons Luxembourg – Helmdange et Lintgen – Mersch : travaux achevés.

Liaison Helmdange – Lorentzweiler : travaux achevés en 2003.

Entre Lorentzweiler et Lintgen le cycliste doit emprunter une route secondaire

Tronçon Essingen – Colmar-Berg : travaux achevés.

L'aménagement du tronçon Pettingen-Mersch comporte des difficultés techniques majeures et une réalisation à court terme ne semble pas possible.

- PC 16            *Piste cyclable de la Moyenne Sûre*

Kautenbach – Ettelbruck – Diekirch – Reisdorf

Tronçon Ettelbruck – Reisdorf : travaux achevés.

Tronçon Ettelbruck – Kautenbach : il est composé de plusieurs lots à savoir :

Liaison Ettelbruck-Niederfeulen : suit presque exclusivement des chemins ruraux existants

Liaison Niederfeulen-Welscheid : travaux achevés

Liaison Welscheid-Goebelsmühle : suit presque exclusivement des chemins ruraux existants.

Liaison Goebelsmühle-Kautenbach : la réalisation de ce tronçon comporte des difficultés techniques majeures, et une réalisation dans l'immédiat ne semble pas possible

- PC 17            *Piste cyclable de l'Ouest*

Noerdange – Rambrouch – Bavigne – Winseler

La liaison Noerdange – Rambrouch est pratiquement achevée, à l'exception du « contournement » de Rambrouch et de la sortie de Koetchette.

Le reste du tracé est à l'étude.

- PC 18            *embranchement de Perlé*

Rambrouch – Rombach/Martelange

Reste à réaliser la liaison Ardoisières – Rombach/Martelange

- PC 19            *embranchement du Lac*

Bavigne – Lac de la Haute Sûre

Piste cyclable à l'étude.

- PC 20            *Piste cyclable de la Wiltz*

Kautenbach – Wiltz – Schleif – frontière belge ( vers Bastogne)

Tronçons Wiltz – frontière belge et Kautenbach-Merkholtz/halte : travaux achevés.

L'aménagement du tronçon Merkholtz/halte – Wiltz comporte des difficultés techniques majeures et une réalisation dans l'immédiat ne semble pas possible.

- PC 21            *Piste cyclable du Nord*

Kautenbach – Wilwerwiltz – Troisvierges – frontière belge (vers St. Vith)

Tronçon Kautenbach – Wilwerwiltz : travaux achevés.

Le reste du tracé est à l'étude.

- PC 22            *Piste cyclable de l'Oesling*

Wilwerwiltz – Hosingen – Putscheid – Vianden

La liaison Lellingen – barrière de Hosingen devrait se concrétiser sous peu. Les travaux pour le passage souterrain sur la N 7 au « Schinker » ont pu être achevés fin 2001.

Les liaisons Bettel – Fouhren ainsi que « Schinker » - parc de Hosingen sont en cours de réalisation. Le reste du tracé est encore à l'état de projet.

- PC 23            *Jonction de Tandel*

Liaison entre PC 16 et PC 22

Un premier tronçon a été réalisé dans le cadre des travaux de réaménagement de la N17 à Tandel. Le reste de la liaison est à l'étude.

## V. CONCOURS SCHEIN DIERFER A STIED

Depuis 1991, le concours est organisé chaque année dans une région différente.

Le pays est subdivisé en trois régions, à savoir:

- Ardennes
- Centre/Ouest/Sud
- Mullerthal/Moselle/Centre

Les localités sont réparties en 4 catégories selon le nombre d'habitants:

1. 1 - 100 habitants
2. 101 - 1000 habitants
3. 1001 - 3000 habitants
4. plus de 3000 habitants

En 2005, tout comme les années précédentes, les nouveaux aménagements et/ou les nouvelles plantations ont été plus particulièrement pris en considération, à côté des critères d'appréciation généraux (présentation générale, entrées de la localité, etc.)

Le concours de l'année 2004 a été organisé dans la région Moellerdall/Moselle/Centre (cantons d'Echternach, Grevenmacher, Remich et Luxembourg). 30 localités y ont participé. Sur proposition du jury institué par le Ministère du Tourisme, 7 prix ont été attribués dans les catégories 1, 2, 3 et 4 ainsi que 2 prix spéciaux pour le meilleur nouvel aménagement. Des prix spéciaux ont été décernés par la Ligue du Coin de Terre et du Foyer ainsi que par Natura et la Fédération Horticole Professionnelle Luxembourgeoise.

Catégorie 1 : 1<sup>er</sup> prix : Altrier (SI Bech)

Catégorie 2 : 1<sup>er</sup> prix : Ahn (SI Wormeldange)  
2<sup>e</sup> prix: Schwebsingen (AC Wellenstein)  
3<sup>e</sup> prix : Machtum (SI Wormeldange)

Catégorie 3 : 1<sup>er</sup> prix: Beaufort (SI Beaufort)

Catégorie 4 : 1<sup>er</sup> prix : Bertrange (AC Bertrange)

2<sup>e</sup> prix : Remich (AC Remich)

Prix spécial meilleur nouvel aménagement : Beaufort (AC Beaufort)

Prix spécial : Ville de Luxembourg pour l'aménagement du jardin de plantes  
médicinales

« Klostergaard »

Prix Natura : Beaufort

Prix Ligue Coin de Terre et du Foyer : Bertrange et la Commune de Wormeldange

Prix Fédération Luxembourgeoise des Horticulteurs : Ahn

## VI. TOURISME DE CONGRES

Le tourisme de congrès reste un des segments sur lequel l'intérêt et les efforts des responsables du tourisme luxembourgeois doivent continuer à se focaliser. En effet, l'intérêt du tourisme de congrès pour l'économie luxembourgeoise est évident. Tout d'abord, l'organisation de foires, de congrès, de séminaires et de voyages de motivation de même qu'une collaboration étroite avec les professionnels du milieu permettent d'élargir la saison touristique et donnent l'occasion à de nombreux visiteurs de séjourner en ville alors qu'ils ne seraient sans doute jamais venus. Il s'agit donc d'essayer de leur donner envie de revenir.

Ensuite, le congressiste dispose d'un pouvoir d'achat élevé et les importantes dépenses directes et indirectes qu'elles engagent font de cette forme de tourisme un segment touristique à haute valeur ajoutée dont profite essentiellement le commerce de ville qui héberge les congressistes.

En effet, le développement économique est assuré sachant que toute manifestation génère de très nombreux autres services ou produits, tels que l'hôtellerie, la restauration, le matériel de son ou vidéo, plantes vertes, bar, discothèques, cadeaux souvenirs, blanchisseries etc..

Le tourisme d'affaires européen représente un poids économique considérable, que l'on peut estimer à 162 milliards d'€. Si le marché du tourisme d'affaires reste globalement porteur, il est devenu de plus en plus concurrentiel.

Les intervenants du secteur des congrès doivent toutefois tenir compte de ce contexte concurrentiel global qui s'intensifiera, compte tenu de la multiplication des nouveaux centres de congrès, de la modernisation des services, de la compétitivité des prix des destinations émergentes et de l'accroissement des attentes de la clientèle. En effet, les espaces qui peuvent accueillir les réunions et les congrès ne se limitent plus aux grandes villes, mais se retrouvent également dans des hôtels campagnards, dans des établissements éducatifs ou des lieux d'hébergement alternatifs comme des châteaux ou certains sites historiques. Même les complexes de cinéma courtisent les événements corporatifs avec des salles d'équipement à la fine pointe de la technologie et un service clé en main. Par ailleurs, les organisateurs de congrès devront s'adapter à de nouvelles réalités quant aux conférences elles-mêmes. Ces dernières seront de plus courte durée et accueilleront moins de délégués. De tels changements se traduiront, sur le plan marketing, par le développement de relations à long terme avec la clientèle afin d'assurer une certaine stabilité et de favoriser le repeat business.

Cette concurrence féroce a fait naître de nombreuses initiatives dans le secteur privé, comme dans le secteur public. De sorte que l'environnement d'une ville, l'animation proposée dans une ville, la qualité de son infrastructure d'hébergement, l'agencement, la fonctionnalité de sa logistique, l'équipement des moyens techniques nécessaires à la communication d'aujourd'hui, la flexibilité et la qualité de gestion de ses centres de congrès et parcs d'exposition, le niveau de qualité de son accueil et service au client sont déterminants pour le choix d'un lieu de congrès et de foire. Notre pays dispose d'une hôtellerie de qualité ainsi que d'une infrastructure de congrès et d'un parc d'exposition de premier choix qu'il s'agit de mettre davantage en valeur par des organisations plus nombreuses.

Afin de donner au tourisme de congrès les structures et moyens pour assurer son développement, la société des Congrès a été instituée en 1990 avec l'objectif premier de promouvoir Luxembourg en tant que Centre de Congrès. En 1997, la société a été restructurée et on lui a adjoint une seconde mission, celle de gérer le Centre de Conférences du Kirchberg. Avec l'extension de son champ d'activité, la Société dispose d'un Centre de Conférences de choix, dont elle gère elle-même le calendrier de réservation, ce qui facilite dans une large mesure ses contacts avec la clientèle. Dorénavant, l'activité de la Société reposera sur deux piliers : la promotion du Luxembourg en tant que Centre de Congrès et l'acquisition de congrès d'une part, ainsi que l'accueil des organisateurs potentiels et la gestion du Centre de Conférences Kirchberg d'autre part.

Parallèlement à la gestion du Centre de Conférences du Kirchberg, Luxembourg Congrès a repris en 2003 la gestion du Centre de Conférence provisoire « Kiem » dans les locaux des Foires Internationales, le temps de la modernisation et de la restructuration des salles du Centre de Conférences du Kirchberg.

Au niveau de la promotion, les efforts de Luxembourg Congrès se sont concentrés sur la détection de clients potentiels, le démarchage de ces clients, le développement de matériel promotionnel et publicitaire, le mailing régulier, des présentations du Grand-Duché comme destination de congrès et d'incentive à des sociétés et agences événementielles (en 2002 à Wiesbaden, en 2003 à Bruxelles, en 2004 à Bruxelles et Anvers et en 2005 à Bruxelles), des « sites inspections » (organisées en collaboration avec des partenaires comme la société d'aviation nationale luxembourgeoise, la Chambre de Commerce et l'Office National du Tourisme), la fréquentation de foires professionnelles et l'accueil d'organisateur de congrès au Centre de Conférence.

En 2005, Luxembourg Congrès a participé aux salons professionnels suivants :

#### EMIF "European Meeting Industry Fair" à Bruxelles

Ce salon est principalement visité par des organisateurs, sociétés et agences de Belgique ainsi que des pays limitrophes. En 2005, 589 exposants en provenance de plus de 40 pays ont accueilli en tout plus de 6'000 visiteurs. En complément au pavillon luxembourgeois, Luxembourg Congrès avait intégré un Bar-Vip de 130 m<sup>2</sup> au stand. Le thème du bar (Musel Terrasse) tournait autour des vins de la Moselle

luxembourgeoise et des possibilités d'organiser des incentives dans cette région.

#### IMEX à Francfort

Là encore il s'agit d'un nouveau salon international « The Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings & events ».

La clientèle cible étant principalement des professionnels internationaux. En 2005, 3'000 exposants en provenance de 140 pays ont accueilli en tout plus de 7'000 visiteurs.

Au cours de ces deux salons, Luxembourg Congrès a pu rencontrer de nombreux clients potentiels. En effet, une grande partie des intéressés a été relancée régulièrement par voie téléphonique ou par courrier, d'autres ont été invités pour une présentation de la destination luxembourgeoise à Luxembourg.

Au niveau de la gestion du Centre, comme les salles au Centre de Conférence sont fermées depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2004 pour cause de rénovation et de transformation, la Société a pu enregistrer environ 4'700 nuitées à Luxembourg.

Pendant les 35 manifestations (42 en 2004, 65 en 2003) organisées au Centre de Conférence et à l'Hémicycle quelque 10'227 (14'000 en 2004, 15'000 en 2003) personnes ont été comptées. La durée moyenne par manifestation était de 1.5 jours.

## VII. RELATIONS INTERNATIONALES ET COOPERATION TRANSFRONTALIERE

Depuis 1954, le Luxembourg est membre du **Groupement Européen des Ardennes et de l'Eifel**. En promouvant un tourisme de qualité dans le respect de l'environnement, la Commission du Tourisme du Grand-Duché vise le développement de nouveaux concepts permettant une planification de mesures concrètes. C'est également au niveau du **Parc naturel germano-luxembourgeois** où en collaboration avec les partenaires allemands des mesures et actions concrètes de collaboration transfrontalière sont développés. A partir de décembre 2004, le Luxembourg assure la présidence du Parc naturel germano-luxembourgeois.

Les activités du groupe de travail « Tourisme » fonctionnant dans le cadre de la **Commission Régionale Sarre-Lor-Lux-Trèves-Palatinat Occidentale** ont continué à être axées sur la mise en œuvre pratique du projet « La Moselle, Vallée Européenne », notamment de trois des produits à réaliser prioritairement : « VéloTourMoselle », « Chemin Mosellan de Grande Randonnée » et « Route des Romains ». En effet, il a été retenu de mettre en place un plan de signalisation homogène et cohérent dans la « Vallée Européenne de la Moselle » pour les trois produits susmentionnés. L'Institut Européen de Tourisme à l'Université de Trèves (E.T.I.) assure la gestion et la coordination du projet dans son ensemble.

Outre la réalisation du circuit « VéloTourMoselle », la connexion du réseau national de pistes cyclables aux réseaux à l'étranger permet sans aucun doute de rehausser l'attractivité de notre produit. Par ailleurs, le réseau ainsi revalorisé constitue un moyen marketing de premier ordre, permettant la promotion tant du réseau de pistes cyclables que de la destination touristique luxembourgeoise. C'est dans cet ordre d'idées que le Ministère du Tourisme, dans le cadre du projet **SaarLorLux –Radweg**, a participé activement à la mise en place d'un réseau transfrontalier de pistes cyclables, principalement entre les villes de Sarrebruck, Metz, Trèves et Luxembourg.

Le Comité du Tourisme de l'**OCDE** (Organisation de Coopération et de Développement Economiques), forum d'échanges d'idées siégeant à Paris, fait partie, depuis 1999, de la Direction de l'Industrie, de la Science et de la Technologie (DSTI), Division des Transports. Le tourisme dans les pays de l'OCDE



représentant 70% de l'activité touristique mondiale, le Comité du Tourisme de l'OCDE offre un cadre unique en son genre pour la coordination au niveau international des politiques et des actions. L'OCDE est le seul forum mondial dans lequel les pays industrialisés peuvent procéder à des débats sur leur politique du tourisme.

Une fois par an, le Comité du Tourisme de l'OCDE réunit des décideurs dans le domaine du tourisme pour débattre des principales évolutions intéressant le secteur, prendre des initiatives en fonction des besoins, réunir des éléments d'information sur les politiques et contribuer aux travaux menés dans d'autres secteurs de l'OCDE.

Lors de sa réunion de novembre 2005 à Paris, le Comité du Tourisme a eu notamment un échange de vues approfondi sur le projet intitulé « Renforcer le rôle des PME dans l'industrie mondiale du Tourisme ». Il a également procédé à l'étude de cas des politiques nationales du tourisme dans certains pays, tels que l'Australie, la Corée du Sud et le Canada. Le Comité s'est ensuite donné un projet de travaux à moyen terme (2007 – 2010) dans des domaines dans lesquels l'OCDE peut apporter une valeur ajoutée et entend mettre en place un mode de financement durable. Il a finalement approuvé l'orientation générale de la stratégie d'ouverture qui propose de développer la coopération entre le comité et les économies non-membres (Afrique du Sud, Brésil, Chine, Roumanie).

Au niveau de l'Union Européenne, l'année 2005 a été marquée par la Présidence luxembourgeoise durant le premier semestre.

Le point fort de la présidence en matière de tourisme a été l'adoption par le Conseil « Compétitivité », en date du 18 avril 2005, de la Communication sur la durabilité du tourisme européen. Ces conclusions, proposées et élaborées par la présidence luxembourgeoise, s'appuient sur la Communication de 2003 « Orientations de base pour la durabilité du tourisme européen » qui, depuis leur parution, constituent la base et le point de départ du processus d'Agenda 21 pour le tourisme durable en Europe.

Les conclusions de la présidence luxembourgeoise avaient donc comme objectif d'entériner les orientations de base de 2003 et se résument de la manière suivante :

- favoriser la mise en œuvre d'une approche coopérative entre tous les acteurs du tourisme
- mieux intégrer les enjeux de la durabilité dans les politiques et initiatives communautaires ayant un impact sur le tourisme européen
- et, finalement, mettre la Commission en mesure de soumettre au Conseil une proposition d'Agenda 21 pour le tourisme européen avant la fin de 2007.

Pour atteindre ces objectifs, la Communication insiste sur la nécessité d'utiliser les moyens et structures existants dans l'ensemble de la Communauté en appliquant la méthode de coopération ouverte.



Toujours dans le cadre de la présidence luxembourgeoise, et en amont du Conseil du 18 avril 2005, Monsieur le Ministre des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement avait l'occasion, lors d'une audition en date du 1<sup>er</sup> avril 2005 devant la Commission des Transports et du Tourisme du Parlement Européen, de faire une présentation du tourisme communautaire et du Programme de la Présidence luxembourgeoise. Les autres intervenants étaient des experts du tourisme et des représentants au plus haut niveau d'organisations représentatives du secteur (WTTC, ETC). L'objet de l'audition était d'éclairer la commission TRAN sur les développements récents du secteur au niveau de l'UE, tant du point de vue des politiques que des attentes des acteurs du secteur, de préciser son interaction avec les autres politiques communautaires et les implications de celles-ci sur le marché intérieur du tourisme.

Toujours au niveau communautaire, le dossier de la production et de la publication de statistiques a désormais atteint sa vitesse de croisière.

Conformément au plan d'actions communautaires en faveur du tourisme, les Etats membres avaient reconnu la nécessité d'élaborer une directive sur l'offre et la demande de base en matière de tourisme afin de permettre un accès rapide et aisé à une information fiable et comparable sur le tourisme. Cette étude, appelée « *Tourismusvolumen und Reiseverhalten der Wohnbevölkerung des Grossherzogtums Luxemburg* », publiée par le STATEC et cofinancée jusqu'en 1997 par la DG XXIII a été financièrement prise en charge par le Ministère du Tourisme à partir de 1998.

Au niveau de la coopération des pays du BENELUX, le Ministère du Tourisme a entamé la mise en vigueur de la nouvelle recommandation concernant la classification hôtelière.

Le tableau de classification pour le Grand-Duché, où la classification s'effectue sur base volontaire, se présente actuellement comme suit :

catégorie 5 étoiles :	4
catégorie 4 étoiles :	60
catégorie 3 étoiles :	88
catégorie 2 étoiles :	28
catégorie 1 étoile :	7

La classification Benelux des terrains de camping est également entrée en vigueur .

La classification s'effectue sur base volontaire et se présente comme suit :

catégorie 5 étoiles :	5
catégorie 4 étoiles :	11
catégorie 3 étoiles :	8
catégorie 2 étoiles :	1

Fondateur en 1991, avec la Rhénanie-Palatinat et la Communauté Germanophone de Belgique, de l'Institut Européen de Tourisme à l'Université de Trèves (ETI), le Luxembourg a été un partenaire actif au sein de cet organisme qui, grâce à sa compétence scientifique, son savoir-faire pragmatique et son sérieux professionnel s'est solidement implanté, dans un marché international très disputé.

Dans un climat économique plutôt morose, affectant particulièrement le marché allemand, l'ETI a réussi à tirer son épingle du jeu, et peut entamer désormais, après des restructurations devenues nécessaires suite à la conjoncture défavorable, l'avenir avec un optimisme mesuré.

## **VIII. ACTIONS PROMOTIONNELLES DU MINISTERE DU TOURISME**

### **1) Insider, le nouveau périodique du Ministère du Tourisme**

En novembre 2005 est paru le premier numéro d'une nouvelle publication du Ministère du Tourisme qui paraîtra dorénavant trois à quatre fois par an. La finalité première de ce nouveau vecteur de communication est d'établir un contact régulier et de garantir par ce biais une coopération encore plus étroite entre tous les acteurs du tourisme luxembourgeois. Il s'agit donc en premier lieu de faire connaître davantage les initiatives et actions du Ministère du Tourisme à un plus large public et d'encourager le flux d'information entre le Ministère et ses partenaires au niveau local, régional, national et international. Le Ministère estime en effet qu'une meilleure sensibilisation de tous les collaborateurs aux sujets et problèmes de l'actualité touristique ne pourra avoir que des effets bénéfiques sur l'ensemble du secteur, et cela à tous les niveaux.

Si le Luxembourg a toujours réussi dans le passé à résister aux aléas parfois défavorables de la conjoncture internationale et à tirer son épingle du jeu dans un environnement concurrentiel de plus en plus prononcé, il le doit en grande partie aux nombreux acteurs, qu'ils soient bénévoles ou professionnels, oeuvrant en faveur du tourisme luxembourgeois et à leur disponibilité à collaborer à cette cause commune. « Insider » aura désormais un rôle non négligeable à jouer dans cette double perspective d'un échange d'information et de coopération accrus.

### **2) Publicité par le biais des réseaux de distributions traditionnels**

S'il est vrai que la meilleure promotion touristique se situe en porte-à-faux par rapport à la réalité quand elle ne peut s'appuyer sur des infrastructures et des équipements valables, la politique d'investissement la mieux intentionnée se révèle inopérante si elle n'est pas valorisée par la création d'une image de marque appropriée. Ainsi, dans l'optique de renforcer l'image de marque existante, le Ministère du Tourisme a mis en œuvre des actions publicitaires très ciblées. Citons à ce propos :

- la réalisation d'une campagne publicitaire sur la chaîne touristique Liberty TV et insertion d'une annonce publicitaire sur la LuxembourgCard dans le magazine belge "Touring Magazine";

- l'édition d'un guide promouvant la nouvelle piste cyclable "VeloRoute SaarLorLux";
- le sponsoring de la compétition "Touristik-und Heimatwettbewerb", organisée par l'ADAC Sarre;
- l'achat de toute la surface publicitaire sur l'enveloppe d'une montgolfière neuve de l'asbl "Cercle luxembourgeois de l'Aérostation";
- la participation dans la réédition de la carte routière pour motocyclistes "Luxembourg/Eifel" de l'ADAC;
- l'insertion d'une offre spéciale pour des voyages de weekend à destination du Grand-Duché dans la presse anglaise et irlandaise, et ceci en collaboration avec la société Luxair, les hôtels "Le Royal" et "Best Western International" ainsi que le tour operator britannique Nortours;
- la création d'un publi-reportage sur les sentiers pédestres et pistes cyclables du pays dans le magazine spécialisé "Wandermagazin";
- le sponsoring des ADAC "Motoclassics 2005", une randonnée en motos anciennes à travers le Grand-Duché et l'Eifel;
- l'insertion d'une annonce publicitaire dans l'édition spéciale du magazine belge "La libre Match" sur le Grand-Duché et la famille grand-ducale ;
- l'insertion d'une annonce publicitaire dans le magazine anglais "ShortBreaks&Holidays" et ceci dans le cadre d'un reportage sur les pays BENELUX.

### **3) Médias électroniques/informatiques**

#### **a) Mise en œuvre du projet e-Luxembourg**

Dans le cadre du programme e-Luxembourg, la réponse aux défis de la société d'information, le Ministère des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement avait confié à P&T Consulting, la réalisation du site Internet de son département du Tourisme.

Le site a été réalisé et déployé sur le système rédactionnel NPS, solution CMS (Content Management System) de la société Infopark. Cet outil a été choisi dans le cadre du projet e-Luxembourg pour l'ensemble des sites du secteur public.

Le site suit la charte établie par la CNSI (Commission Nationale de la Société de l'Information) qui définit les normes à respecter au niveau graphique et technologique, mais également au niveau des aspects d'organisation et de présentation des contenus.

Le site a pour vocation de présenter les points essentiels des activités du Ministère du Tourisme, dont notamment :

- sa législation
- le programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique

- les procédures d'autorisation
- son programme d'action
- les initiatives et projets aux niveaux de la Grande Région, de l'Europe et au niveau international
- ses représentations touristiques à l'étranger

Lancé dans sa version française en novembre 2003, il est opérationnel depuis fin 2004 en versions allemande et anglaise.

En 2005, quelques modifications quant à la structure ont été effectuées.

A titre d'exemple on pourrait citer la nouvelle rubrique « Focus », qui figure désormais à la une du site Internet et qui permet aux Internauts de trouver plus facilement les dernières publications et communiqués du Ministère du Tourisme.

## **b) Action promotionnelle via web tours.lu**

Créé en 2002 dans le cadre d'une campagne de communication grand-public dans les médias allemands, le site web [www.tours.lu](http://www.tours.lu) avait comme but de sensibiliser les amateurs de la bicyclette aux attraits du Grand-Duché en matière de pistes cyclables.

En effet, ce site Internet thématique proposait initialement toutes sortes d'informations pratiques liées à la randonnée en bicyclette et VTT, comme par exemple une sélection de circuits, des adresses utiles, les possibilités d'hébergement ou des conseils pour le voyage au LUXEMBOURG.

Réalisé originalement en allemand, le site a été traduit en français en 2003. Afin de rendre le site plus attractif, le contenu du site a été étendu début 2005.

A côté des circuits pour vélos et VTT, qui ont été complétés, un nouveau thème a été intégré dans le site : Le Luxembourg à pied.

Dans cette rubrique, l'Internaute peut se procurer toutes les informations liées à la randonnée pédestre, comme par exemple les différentes catégories de circuits, les descriptions des tours ou les curiosités qu'il rencontrera lors de la promenade choisie.

D'autres nouveautés sont encore :

- la restructuration complète de la navigation et modernisation de l'aperçu du site ;
- une carte interactive sur le Grand-Duché, programmée en Flash, qui comprend les icônes « vélo » et « randonnée » renvoyant directement sur la description des circuits qui existent dans la région.

Par ailleurs, la carte est liée à la base de données du site Internet de l'Office National du Tourisme de manière à ce que les Internauts puissent consulter en même temps les possibilités d'hébergement, de restauration ainsi que les attractions dans les alentours du circuit choisi.

- une galerie photo, permettant aux visiteurs du site de se faire une image des cinq régions du Grand-Duché ;





Gérante : Mme Christiane PAGES-WILHELM

Employée : Mme Rachel JOLY-EZARD

### **Tâches traditionnelles :**

- la représentation touristique officielle vis-à-vis des institutions, organismes, médias et agents de voyages dans un pays ou dans une région déterminée;
- l'information des organismes, institutions et particuliers sur l'offre touristique par la diffusion de la documentation mise à disposition ;
- l'appui aux institutions et organismes luxembourgeois mettant en œuvre des actions promotionnelles à l'étranger ;
- le soutien des agents de voyages ayant (ou envisageant d'intégrer) dans leurs programmes la destination du Grand-Duché de Luxembourg ;
- la participation aux foires et salons touristiques, séminaires, colloques avec l'accord du Ministère du Tourisme;
- l'organisation de conférences et autres présentations sur le Grand-Duché en accord avec le Ministère du Tourisme ;
- l'assistance du Ministère du Tourisme dans toutes ses actions et la collaboration étroite avec l'ONT;
- la proposition d'actions promotionnelles ou autres ;
- l'établissement de rapports semestriels sur les activités de la représentation, des rapports statistiques ainsi qu'un relevé sur la situation budgétaire.

### **b) Missions spécifiques**

Compte tenu de l'évolution dans le domaine de la promotion touristique, l'agent à l'étranger est obligé de faire face à des missions très diverses et parfois ambitieuses. L'agent est devenu

- un prestataire de services et un conseiller,
- un organisateur, un intermédiaire et un coordinateur,
- un centralisateur et un créateur d'information,
- un représentant-démarcheur-acquisiteur,
- un concepteur cherchant de nouvelles ouvertures en vue d'inciter les agents de voyage à inclure le Grand-Duché de Luxembourg dans leurs catalogues.

## **5) Participations aux foires et salons touristiques**

A l'instar des années précédentes, le Ministère du Tourisme a participé en 2005 à différentes foires et salons touristiques organisés à l'étranger et ceci en étroite collaboration avec l'Office National du tourisme et les Ententes touristiques du pays. Le but principal de ces foires est de promouvoir la destination touristique luxembourgeoise par le biais d'une présentation moderne.

En 2005, le Ministère du Tourisme, avec ses partenaires, a organisé et financé les foires et salons suivants :

UTRECHT	- Vakantiebeurs
LUXEMBOURG	- Vakanz
STUTT GART	- CMT
BRUXELLES	- Salon des Vacances
HAMBOURG	- Reisen
ANVERS	- Salon International des Vacances
LIEGE	- Salon Vert
SAREBRUCK	- Freizeit
BERLIN	- Internationale Tourismusbörse (ITB)
ESSEN	- Reise Camping
PARIS	- Salon Mondial du Tourisme
PARIS	- Salon des Randonnées
KÖLN	- Reisemarkt
UTRECHT	- Salon Op Pad

Sur la base d'un cahier des charges élaboré par un Comité de Pilotage, appuyé par un Groupe de Travail, institué en 2003 par le Ministère du Tourisme et l'ONT, et regroupant tous les acteurs touristiques concernés, une nouvelle conception des stands d'exposition a été mise en pratique. Cette conception permet une présentation commune, cohérente et complète des multiples facettes du tourisme luxembourgeois.

## **IX. ANIMATION TOURISTIQUE**

Les régions suivantes sont couvertes à l'heure actuelle par un coordinateur d'animation touristique: Petite Suisse et Basse-Sûre, Moselle - Mondorf-les-Bains, Lac de la Haute-Sûre, canton de Clervaux, Sûre Moyenne et Our.

Les coordinateurs d'animation touristique travaillent sous le contrôle direct des Ententes régionales de syndicats d'initiative. Leur tâche consiste :

- dans l'organisation et la coordination d'activités culturelles, de loisirs et de guidages,
- dans l'encadrement et le divertissement de groupes de touristes de tout âge, dans l'accueil, l'information et le conseil de la clientèle touristique au niveau local et/ou régional,
- à représenter leur région touristique auprès du grand public et auprès des professionnels de l'industrie touristique.

D'autre part, ils assistent les syndicats d'initiative dans leurs travaux de planification et supervisent l'entretien des infrastructures touristiques.

Durant les mois d'été 2005, ils ont été secondés, tout comme par le passé, par une soixantaine d'étudiants. Ceux-ci ont bénéficié d'une préparation appropriée et ont assuré l'exécution des programmes d'animation établis par les coordinateurs.

Depuis 1999, les Ententes ont créé une nouvelle association dénommée « Guides touristiques des Ardennes luxembourgeoises ». Celle-ci a pour objectif principal de former des guides touristiques, d'assurer la mise à disposition de guides à la demande du touriste et d'optimiser les guidages au sein des trois Ententes dans la région des Ardennes.

A partir de 2001, une deuxième coordinatrice d'animation touristique est venue renforcer l'Entente de la Petite Suisse et de la Basse Sûre, avec comme tâche essentielle la transposition du concept « marketing » élaboré pour la région du Mullerthal et depuis 2004 l'Entente touristique du Sud, qui a pris un nouveau départ, sera également dotée d'un coordinateur touristique.

## **X. LES ACTIVITES PROMOTIONNELLES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME EN L'AN 2005**

### **Les démarches en marketing touristique 2005**

Les objectifs à long terme de l'ONT ont également été observés au cours de 2005:

- augmentation des arrivées et nuitées
- étalement des nuitées sur tout le pays
- étalement des nuitées sur toute l'année
- développement de l'excursionnisme

L'ONT a poursuivi ses efforts sur les champs d'actions définis par l'ETI dans le cadre de son concept stratégique pour le développement du tourisme : tourisme d'affaires, tourisme culturel, tourisme à la campagne, tourisme indigène.

Les démarches en marketing touristique ont visé à consolider les marchés traditionnels (Pays-Bas et Belgique) tout en y recherchant une clientèle plus jeune. Les efforts ont également visé à progresser sur les nouveaux marchés, tels que la France, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Italie, l'Espagne, la Scandinavie. Un effort extraordinaire a pu être réalisé en Grande-Bretagne grâce à la précieuse collaboration de Luxair, du Ministère du Tourisme et de l'ONT.

La promotion du tourisme luxembourgeois au sein de la grande région et au Grand-Duché a bénéficié à son tour d'efforts notables au cours de 2005

La Journée Nationale de l'Incoming a porté sur l'animation touristique. Si 12 étudiants en tourisme ont pu être accueillis en 2005, quelque 96 personnes engagées à l'accueil des touristes ont pu assister aux séances d'informations sur l'offre touristique luxembourgeoise.

## **Les actions en marketing suivant les différents marchés :**

La Présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union Européenne a été un moyen très efficace pour sensibiliser la presse internationale réunie à Luxembourg à l'offre touristique nationale. Grâce à la précieuse collaboration avec le Service Information et Presse du Gouvernement, l'ONT a pu toucher quelque 1200 journalistes intéressés tant aux communiqués de l'Office qu'au film touristique, respectivement à son DVD. La mise à disposition du système national d'information et de réservation touristique a été un atout dès le mois de janvier 05.

Face à cette opportunité, l'ONT n'a pas négligé ses efforts de promotion active tant au niveau des campagnes publicitaires qu'au niveau des relations publiques. Si les campagnes publicitaires ont pu toucher près de 32 millions de lecteurs, les articles parus dans la presse internationale ont pu toucher quelque 16 millions de personnes en plus. On peut encore y rajouter les 1,5 millions de visiteurs des foires et salons auxquels l'ONT et le Ministère du Tourisme ont participé en 2005.

### Allemagne :

Les campagnes publicitaires imprimées à plus de 1,65 millions d'exemplaires ont porté sur le tourisme événementiel et les courts séjours culturels. Des médias s'adressant à une clientèle à pouvoir d'achat élevé ont été sélectionnés, telle que la FAZ, la Welt am Sonntag, la Berliner Zeitung, Brigitte ou encore Geo Saison. Les festivals ont fait l'objet d'une campagne spécifique dans des magazines réservés aux mélomanes, tels que Rondo ou Fonoforum. Les amis de la nature ont été touchés par le Wandermagazin. Le secteur professionnel a été couvert par la Fremdenverkehrswirtschaft.

Les actions au niveau des relations publiques ont permis de toucher près de 5.000.000 personnes. L'ONT a eu l'opportunité de bénéficier de 11 émissions diffusées par cinq chaînes de télévision, dont la ZDF. De même, des articles parus dans six magazines, dont la Rheinische Post, le Weilburger Tageblatt ou le Mercedes Benz Classic Magazine ont permis de sensibiliser les lecteurs de ces médias haut de gamme.

L'ONT et le Ministère du Tourisme ont participé à deux salons professionnels, l'ITB et le RDA et à cinq foires grand public touchant au total un public de quelque 600.000 visiteurs. Suite à la participation aux salons professionnels, le Grand-Duché a pu être repris dans sept nouveaux catalogues de tour-opérateurs : Service Reisen; Grimm Touristik, Wetzlar, TUI, Eberhard Reisen; Weichert Reisen; Ueberland Reisen, ADAC Motoclassics.

L'Office a participé, dans le cadre de l'anniversaire Grand-Duc Adolphe, au Hessentag à Weilbourg. Près de 10.000 brochures touristiques ont pu être écoulées de cette façon.

## Belgique

Sur ce marché, l'ONT a opéré à deux niveaux : d'une part, il a assuré une promotion grand public et d'autre part, il y a assuré des campagnes de niches dans les domaines de la randonnée, de la culture, du tourisme en milieu rural. Au total, ces annonces ont été imprimées à 1,75 millions d'exemplaires. Parmi la première campagne nous trouvons des magazines, tels que Uit et Touring, une campagne d'affichage sur les tramways de Bruxelles et les bus d'Anvers. Les campagnes pour cyclotouristes et amis de la nature ont été lancées dans Plus, Reiskrant, Kreo, op Stap, op Weg et dans Het Nieuwsblad. Celles s'adressant aux mélomanes ont paru dans Crescendo. Le secteur professionnel a été couvert par le magazine Travel Magazine.

En Belgique, l'ONT a pu toucher grâce à ses actions de relations publiques quelque 3.000.000 personnes. L'Office a pu bénéficier de 15 émissions sur les chaînes TV de la VRT et de la RTBF. D'autre part, grâce au soutien du Ministère du Tourisme, une campagne télévisée a été lancée sur la station Liberty TV. A ce programme, déjà conséquent, l'Office a encore pu rajouter 53 émissions présentées par la radio BRF et profiter de la parution d'articles sur la destination dans six magazines à tirage élevé, tel que Weekend Knack; Grande; Le Soir Magazine ou dans des magazines plus ciblés tels que le Familles Magazine; Crescendo ou Huisarts.

La participation aux salons professionnels BTEXPO et Travel Transeurope a permis à la destination d'être présentée dans les catalogues de Transeurope, de Tellus, Thomas Cook.

Près de 45.000 brochures ont pu être écoulées au Salon Vert, à la Lentebeurs et au Salon des vacances, ce qui correspond à une moyenne d'une brochure pour six visiteurs.

Le salon régional « temps du terroir » à Floreffe, a permis d'écouler en un weekend près de 1000 brochures des produits du terroir.

## Pays-Bas

Comme en Belgique, l'ONT a lancé deux types de campagnes, l'une de sensibilisation destinée à un grand public, jeune, l'autre à l'adresse d'une clientèle de niche intéressée par la nature et le sport. En tout, les annonces ont paru à plus de 2,2 millions d'exemplaires. La campagne de sensibilisation s'est déclinée à travers les grands médias néerlandais, tels que Reizen, plus Magazine, Volkskrant, De Telegraaf. Les campeurs ont été touchés par le kampeer & caravan kampioen. La culture a été promue à travers les magazines VPRO Gids et Elsevier. La randonnée a été présentée par Op Pad, le média de référence édité par l'ANWB. Le milieu professionnel été touché par le magazine spécialisé « Reisrevue ».

Aux Pays-Bas, l'ONT a pu obtenir des résultats très satisfaisants, surtout que le marché des médias néerlandais est en forte restructuration : 3.200.000 contacts ont pu être établis grâce à la parution d'articles touristiques dans quatre magazines à tirages élevés : Reformatorisch Dagblad; Fietsactiev;

Nederlands Dagblad; ANWB Kampioen.

La Vakantiebeurs Utrecht a été un moment privilégié pour approcher un public de près de 140.000 personnes. Quelque 15.000 brochures y ont pu être diffusées. Conscient de l'importance de la promotion du Luxembourg auprès du secteur professionnel néerlandais, l'ONT a réussi à faire adopter le Grand-Duché dans 7 catalogues de tour-opérateurs d'envergure : Tui; Arke Reizen; Oad Reizen; Van Nood Reizen; Kamstra, Travel Kuoni; Kras Stervakanties. Soulignons que ce dernier bureau a réalisé, à Luxembourg, quelque 35.000 nuitées en cours d'année.

### France

Ici, les campagnes publicitaires ont cherché à promouvoir le tourisme culturel et événementiel. Cette campagne s'est déroulée dans des quotidiens, de qualité et à électorat élevé, tels que l'Est Républicain, ou la Voix du Nord. Cette campagne fut encore soutenue par des annonces parues dans les magazines Le Point, Diapason, Le nouvel Observateur. Les amateurs de la Randonnée ont été sensibilisés par des annonces parues dans La Marche et dans Art de Voyager. Les horaires SNCF pour la ligne Paris-Luxembourg ont à nouveau servi de support pour une campagne particulière pour la LuxembourgCard. Dans l'ensemble ces campagnes ont été imprimées à 1,5 millions de fois.

En France, les articles touristiques parus dans la presse, dont le magazine de prestige « Golf Européen » et les émissions télévisées passées sur France 3 et TV5 ont permis de toucher plus de 2.600.000 personnes.

Si la participation au salon professionnel Mitcar Paris a permis d'être repris dans huit nouveaux catalogues ( Solotour, JTB et de Voyages Mugler; Europatours, Schmittours; Master Key International; Bus & car; Access Tourisme), la participation du Ministère du Tourisme respectivement de l'ONT au Salon Mondial du tourisme et au salon Randonnée a permis de toucher un public hautement motivé. 10% des visiteurs se sont directement intéressés à l'offre touristique nationale, en remportant des brochures touristiques de l'ONT. Les stands luxembourgeois montés à l'occasion du Salon de la Gourmandise à Audun-le-Tiche, de la journée Portes Ouvertes au Parlement Européen à Strasbourg, ou encore à l'occasion de la journée « transports publics » « Autour de la Lorraine » à Pont à Mousson ont permis de distribuer plus de 11.600 brochures.

### Grande-Bretagne et Irlande

Grâce à une collaboration fructueuse entre le Ministère du Tourisme, l'ONT et la Luxair, le tourisme luxembourgeois a pu bénéficier d'une campagne publicitaire puissante en Grande-Bretagne : Pendant 14 semaines une campagne d'affichage a été lancée dans deux stations Métro. Le but était de promouvoir des courts-séjours ensemble avec Luxair. Dans le but de renforcer l'impact de cette promotion, une campagne supplémentaire fut organisée sur la chaîne radio LBC et dans magazines et hebdomadaires

The Wharf, The Mapstead et The Highgate Express Magazine. Deux camionnettes publicitaires ont circulé pendant 7 jours au centre de Londres. D'autre part, une « reader's offer » a été proposée par le tour opérateur Nortours et publiée dans London Standard, London Metro, The Times, Daily Mail, Mail on Sunday, Daily Telegraph et Sunday Telegraph (en tout 8 millions de lecteurs). Immédiatement, ce tour-opérateur pouvait enregistrer 250 nuitées au Luxembourg.

A l'occasion du lancement du vol direct en Eurojet de Luxair, l'ONT a lancé des voyages d'études permettant de réaliser des émissions sur deux stations TV (AXN, ITV), sur les ondes de la radio LBC et de publier des articles dans 22 magazines s'adressant à une clientèle d'affaires, friande de golf, de cyclisme et de découvertes.

En Irlande l'ONT et Luxair ont marqué leur présence dans quatre magazines de voyages et de lifestyle. (The Examiner; Travel Extra; Irish Interiors; Sunday Business Post)

Les actions menées en 2005 sur les marchés britannique et irlandais ont permis de toucher un plus de 1 million de personnes.

Le salon professionnel: WTM Londres (26.713 visiteurs) reste un moment privilégié pour entrer en contact avec les plus grands tour-opérateurs d'Europe et d'Asie. Trois voyages d'études en furent la conséquence directe. Des contrats ont pu être signés avec: Simply Groups (4.800 nuitées en 2005); Chenery Travel; Cresta Holidays; Travelsphere; Judge Travel; Arrow Tours; City Escapes; Shearings.

### L'Europe centrale

A l'instar des années précédentes, l'ONT a promu sur le marché tchèque la destination dans trois éditions du magazine professionnel TTH Czech Republic.

En Europe centrale, l'ONT a mis l'accent sur le marché professionnel. Des synergies ont pu être obtenues avec l'OPT de Bruxelles-Wallonie pour renforcer la présence du Luxembourg dans ces pays. Ainsi, l'ONT a pu marquer sa présence dans la Gazeta Wyborcza et dans Swiat Piwa.

D'autre part, l'Office a participé aux salons professionnels Holiday World Prague et TTW Varsovie où chaque 5<sup>e</sup> client a remporté une brochure de l'ONT.

Sept Voyages d'études ont été organisés pour les professionnels des pays de l'Europe Centrale et des contrats furent signés à l'issue de ceux-ci avec Satur Travel; CASA; BTI Hungary et Lingua Tours.



### L'Europe Méridionale

En Europe méridionale, l'ONT a pu être présent en Espagne, sur la chaîne ASV Producciones et au salon Fitur Madrid attirant pas moins de 209.537 visiteurs, dont de nombreux tour-opérateurs du marché sud-américain. Cinq voyages d'études ont figuré au programme pour les professionnels du tourisme en Méditerranée. Des contrats ont pu être signés avec Panavision; Julia Tours; Condor Vacaciones; Abreu et Club 1814 (Portugal).

### Etats-Unis

Le Luxembourg est présent sur le website Visiteurope.com de l'ETC. La Europe Travel Commission a lancé 300 spots TV sur la chaîne CBS et a su toucher ainsi quelque 12 millions de ménages. L'adresse de la représentation touristique à New York figure dans le supplément « VisitEurope » distribué avec les grands quotidiens NY Times, Washington Post, Chicago Tribune, Los Angeles Times et San Francisco Chronicle.

Aux Etats-Unis, et grâce à la collaboration de la représentation touristique du Ministère du Tourisme, la destination a pu bénéficier de quelque 760.000 contacts établis grâce à des articles parus dans quatre grands magazines (Harpers' Magazine; Sunset Magazine; Desert and Travel; BC the Magazine).

Les conférences de presse Europe Unlimited organisées par l'ETC ont permis de contacter 150 journalistes. Les rapports avec la Society of American Travel Writers ont permis de toucher pas moins de 600 journalistes et éditeurs. La mission de promotion économique et touristique rehaussée de la présence de S .A .R. le Grand-Duc Henri a permis de négocier avec 25 agences de voyages

### Marchés asiatiques

Ceux-ci prennent de plus en plus d'ampleur, surtout depuis notre participation à la mission économique en Malaisie en 1998. Le salon World Travel Market de Londres est un lieu privilégié pour rencontrer, en Europe, les principaux agents professionnels de ces marchés lointains. Les procédures de visas dits « Schengen » à partir de la Chine ayant été facilitées, le nombre de ces touristes est en progression continue. Ainsi, l'ONT a pu faire inscrire le Luxembourg dans les catalogues de Miki Travel, Gullivers Travel Associates, Kuoni JTB, China Travel Service, FTS et Caissa Touristik.

### Grand-Duché de Luxembourg

L'ONT a promu la LuxembourgCard, Agendalux.lu et la Journée Mondiale du Tourisme, sous forme d'annonces dans les autobus de la ville de Luxembourg et du TICE, sur les colonnes d'affichage Benoît, dans l'annuaire téléphonique et sous forme d'annonce dans Telecran, Revue, Tageblatt et d'Wort. L'ONT

dispose par ailleurs d'émissions hebdomadaires sur les radios RTL et 100,7 et de rubriques fixes dans Gaart an Heem, dans la revue de l'ACL, dans Horesca News. La presse luxembourgeoise publie régulièrement les nombreux communiqués lancés à leur adresse.

Sur le marché interne, l'ONT a transformé l'Agenda du Luxembourg en Agendalux.lu, au format bien plus pratique. Le Ministère de la Culture a confirmé sa participation à l'agenda culturel national, dont le tirage moyen s'élève à 85.000 ex; et le nombre de visites au site [www.agendalux.lu](http://www.agendalux.lu) à 800.000 pages vues. Suite au nouveau lay-out, l'ONT a noté une progression de près de 64 % au niveau des abonnés privés. Depuis juillet 05, une weekly newsletter est adressée chaque dimanche soir au secteur horeca. La foire Vakanz permettant d'écouler 15.500 brochures sur 20.000 visiteurs reste donc un moment de haute importance pour présenter, en début d'année, les nouveaux produits touristiques.

En 2005, l'ONT a également élargi sa participation à différentes actions promotionnelles. Sous ce point, il y a lieu de souligner l'importance que l'ONT accorde à l'information des résidents étrangers sur les attraits touristiques du pays. Ainsi, il a participé au Festival des Migrations, au weekend des Produits du Terroir à Medernach, au colloque Kapitalmarkt Forum. En collaboration avec l'exposition du Service des Sites et Monuments Nationaux, l'ONT a organisé des semaines luxembourgeoises à la Cour des Comptes (UE) et auprès de la société Husky. Plus de 7.000 brochures ont pu être écoulées de cette façon. La Journée Mondiale du Tourisme organisée sur le thème de Jules Verne a attiré 3.340 participants.

Les VIP-Club d'Agendalux.lu et le nouveau VIP-Concours permettant aux lecteurs du magazine de gagner un séjour ou un dîner dans un établissement hôtelier a permis de d'attirer 1.400 participants.

La LuxembourgCard (63 attractions) a pu augmenter sa vente de 20 %. Plus de 30.000 visites ont été effectuées avec cette carte. Le temps maussade, et une promotion renforcée expliquent cette forte progression par rapport à celle des années précédentes (+10%).

Le nombre de visiteurs au bureau d'accueil à la gare centrale a progressé de 1,05 %: 78.701 personnes.

En 2005, l'ONT a pu équiper les 2 relais autoroutiers à Berchem. Une toute nouvelle présentation, de nouveaux exposoirs et les nouvelles bornes interactives ont permis d'écouler 173.500 brochures (+20%), et ce malgré une fréquentation à la baisse de ces sites suite aux déviations dus aux chantiers en France et en Belgique.

La Présidence à l'Union Européenne a été un atout très considérable pour promouvoir la destination, mais l'ONT a également joué le rôle de partenaire d'accueil des hôtes de marque du Gouvernement. Le service d'accueil, renforcé de deux aides temporaires a permis d'accueillir, quelques fois jusque tard dans la nuit, près de 3.200 personnalités politiques et hauts fonctionnaires.

Diffusion des prospectus ONT (Sites et attractions; guides d'Hébergement; Guides thématiques, carte touristique)

Bureaux à l'étranger:	18,93%
Ambassades:	3,2 %
Foires et Salons:	12,76 %
Bureaux d'accueil:	46,68 %
Demandes spontanées, autoroutes:	18,43 %

### **Service National d'Information et de Réservation Touristiques**

Une des principales missions de l'ONT en 2005 consistait à mettre en place le Service National d'Information et de Réservation Touristiques (SNIRT). Ce projet d'intérêt national a été mis en ligne le 14 janvier 2005. Rapidement les trois versions linguistiques (D, GB, NL) sont venues se rajouter à la seule version française. Le parc de bornes a été installé à l'aéroport, à Berchem, à la gare centrale. Le 21 juin le Comité de Gérance a décidé d'intégrer le SNIRT au projet Mobile TTE (Mobile Technology for Tourism Expansion; Programme FEDER) à réaliser par le CRP Henri Tudor. En octobre, et suite à la recommandation du secteur HORECA, le SNIRT a été doté d'un Content Management System étendu au secteur de l'hébergement. La version WAP du site est en ligne depuis octobre 05.

Les pages les plus vues du SNIRT:

Page d'accueil

Pages détail concernant l'hébergement

Recherche avancée hébergements version F

Sites et attractions

Download fichiers (pdf)

Recherche par région, nom ou localité, d'un établissement

Luxembourg, la capitale et ses environs (informations touristiques)

Recherche avancée d'hébergements version NL

Recherche Restaurants

Les concours organisés sur le site ont permis de toucher 18.426 participants jusqu'au 24 octobre 2005. La demande par voie électronique représente 89 % de la demande totale reçue à l'ONT. La consultation des catalogues de l'ONT en 4 langues différentes et le téléchargement de celles-ci a permis de diminuer la demande pour des prospectus imprimés.

En parallèle, l'ONT a entrepris un certain nombre de mises à jour et d'adaptations de son site [www.agendalux.lu](http://www.agendalux.lu). Sur ce point, la création d'une weekly newsletter à l'adresse du secteur Horeca et aux nombreux abonnés privés a constitué le point majeur de ces travaux.

### **Création de produits**

Le secteur touristique s'étant bien lancé dans la création de produits, l'ONT s'est quelque peu retiré de ces champs d'action pour mieux se concentrer sur la promotion de l'offre de ses partenaires. Une place plus large a pu être accordée ainsi aux arrangements collectifs des associations et ententes touristiques, des Syndicats d'Initiative, mais également aux offres des différents établissements. Une bonne dizaine de produits peuvent ainsi être promus à travers les guides d'hébergement et thématiques, le SNIRT, les campagnes promotionnelles. Dans ce cadre, l'ONT a lancé 19 concours sur le SNIRT attirant plus de 18.000 participants, dont un tiers souhaite bénéficier régulièrement d'informations sur le produit offert. 44,5 % des participants étaient d'origine belge, 18,2 % étaient en provenance de l'Allemagne, 17,4 % de la France, 10,5 % du Luxembourg et 3 % des Pays-Bas.

Si la vente de la LuxembourgCard a connu une progression de 20 %, il faut signaler que les visites avec ce passeport s'effectuent à 57 % dans les Ardennes, à 31 % à la capitale, à 11 % au Mullerthal, à 1 % à la Moselle, respectivement aux Terres Rouges. La carte famille utilisée à 74 %, reste depuis le lancement du produit, la formule la plus recherchée. Le gros des 30.000 visites suscitées par la LuxembourgCard, se répartissait entre le château de Vianden, le télésiège et les casemates.

### **Les brochures**

Les brochures 2006 furent réalisées conformément aux recommandations de l'audit effectué par l'ETI en 2006. Un effort notable a été effectué pour rapprocher le visuel des prospectus d'appel des prospectus nationaux. De même, un grand accent fut mis également sur l'acquisition de nouvelles prises de vues. Les couvertures de l'ensemble des productions de l'ONT et du Ministère du Tourisme suivent une même ligne d'identification qui se retrouve également au niveau des stands d'informations aux foires et aux salons. La qualité des brochures ne dépend plus que des prestations de l'imprimerie sélectionnée sur base du meilleur offrant. Conformément à l'audit, l'ONT n'a plus édité d'itinéraire thématique spécifique. La brochure pique-nique a été mise en ligne, mais plus rééditée sous forme imprimée. Le guide des enfants a été fusionné avec Sites et Attractions. Le guide de l'étudiant et le guide cycliste existent uniquement sous forme online, facile à télécharger en tout ou en partie, suivant l'intérêt du touriste. Plus la consultation par internet augmente, plus le contenu des brochures imprimées doit s'adapter à cette nouvelle forme de consultation. Non seulement leur usage change, mais également leur tirage est en baisse, surtout pour les informations générales. Pour les brochures thématiques, par contre, la demande en matériel imprimé est constamment en hausse.

### **Collaboration**

La collaboration avec l'ensemble des partenaires touristiques a été fructueuse. Les représentations touristiques à l'étranger ont été sollicitées dans le cadre d'un audit interne que l'ONT a effectué pour son service des relations publiques. Leur apport a été très précieux, non seulement sur ce point, mais également pour le service marketing de l'Office, les campagnes promotionnelles, les foires et salons touristiques.

L'ONT a encore été sollicité par la Cour grand-ducale en vue de la création d'un centre «Eis Dynastie» au château de Berg. Il a été consulté au sujet de la mise en place d'une Landesgartenschau sur les friches de Belvaux. Il a participé aux audits du Ministère de la Culture pour la valorisation du site des ardoisières de Martelange et pour l'amélioration des conditions d'accès aux musées et attractions culturelles. L'ONT fait partie des deux asbl gérant le projet Luxembourg et grande région, capitale européenne de la culture 2007, ainsi que du groupe de travail « tourisme » de cette organisation. En tant que membre du Conseil de l'Unesco à Luxembourg, l'ONT a lancé le projet de la création d'un itinéraire Unesco dans la grande région. Ensemble avec le service des Eaux et Forêts l'ONT a participé à la mise en place de la route des Bois. Le Ministère des Transports a permis à l'ONT d'inclure la gratuité des transports publics dans la LuxembourgCard.

Ensemble avec le Ministère du Tourisme et l'ADAC, l'ONT a prêté main forte à la création d'un itinéraire touristique pour motocyclistes.

A l'occasion du lancement de l'année « 75 ans ONT », l'Office a édité grâce à la précieuse collaboration avec l'Office du Timbre un timbre touristique renseignant l'adresse [www.visitluxembourg.lu](http://www.visitluxembourg.lu)

Le Ministre du Tourisme a confié à l'ONT la présidence de deux groupes de travail de la Commission nationale du tourisme: celle du groupe « Structures et financement du tourisme luxembourgeois » et celle du groupe « Qualité et Classifications ». Si un avant-projet de statuts a été élaboré pour les futurs ORT dans le cadre du premier groupe de travail, plusieurs types de management de qualité ont été analysés par le second groupe.

### Management interne

Au niveau du management interne, l'ONT a informatisé la gestion des stocks de brochures, équipé le service graphique des logiciels recommandés par l'audit sur les brochures réalisé en 2004. Deux employés ont suivi des formations continues organisées par la Chambre de Commerce, respectivement par l'OLAP.

ANNEXE I : Tableaux statistiques / STATEC

## Arrivées et nuitées selon la catégorie d'hébergement - Total pays

	<u>2004</u>	<u>2005*</u>	<u>2005/04</u>
		Unité: milliers	(en %)
<b>Arrivées</b>			
Toutes catégories d'hébergement	933,4	973,0	4,2
Hôtels, auberges, pensions	637,3	690,0	8,3
Campings	207,0	190,0	-8,2
Hébergement complémentaire	89,1	93,0	4,4
<b>Nuitées</b>			
Toutes catégories d'hébergement	2 765,4	2 707,0	-2,1
Hôtels, auberges, pensions	1279,2	1345,0	5,1
Campings	1140,6	1025,0	-10,1
Hébergement complémentaire	345,6	337,0	-2,5

Source: STATEC

\* chiffres provisoires

## Arrivées et nuitées (en milliers) - Ville de Luxembourg

	Arrivées			Nuitées		
	<u>2004</u>	<u>2005*</u>	<u>2005/04</u>	<u>2004</u>	<u>2005*</u>	<u>2005/04</u>
			(en %)			(en %)
Total	369,6	403,2	9,1	751,8	802,0	6,7
dont						
Hôtels, auberges, pensions	323,7	354,3	9,4	623,0	673,0	8,0

Source: STATEC

\* chiffres provisoires

**ANNEXE II : Tableaux statistiques / Syndicat d'Initiative de la Ville de LUXEMBOURG**



12/2005

12/2004

Information touristique (bureau d'accueil + luxembourg jackets), personnes guidées, casemates)

12/2003

	2005	2004	2003	Evol.en% 04/05	Evol.en% 03/04	Evol.en% 03/05
Information touristique	288 791	283 889	309 052	+1,73%	-8,14%	-6,56%
Bureau d'accueil	232 921	248 178	259 175	-6,15%	-4,24%	-10,13%
luxembourg jackets	55 870	35 711	49 877	+56,45%	-28,40%	+12,02%
Personnes guidées	246 320	220 520	222 720	+11,70%	-0,99%	+10,60%
Casemates (Bock+Pétrusse)	97 051	99 103	98 152	-2,07%	+0,97%	-1,12%
<b>Sous-Totaux</b>	<b>632 162</b>	<b>603 512</b>	<b>629 924</b>	<b>+4,75%</b>	<b>-4,19%</b>	<b>+0,36%</b>



Tableau comparatif du nombre des visiteurs des casemates de 2000 à 2005

BOCK	2005	2004	2003	2002	2001	2000
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	231 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	6 895 p	4 933 p	5 549 p	6 181 p	4 401 p	5 111 p
A	6 894 p	9 289 p	9 064 p	7 804 p	8 523 p	8 999 p
M	12 623 p	12 078 p	10 811 p	12 956 p	10 675 p	10 228 p
J	8 742 p	9 690 p	9 869 p	9 151 p	10 557 p	10 373 p
J	14 217 p	15 051 p	16 230 p	17 380 p	12 116 p	14 534 p
A	15 455 p	16 399 p	15 524 p	18 291 p	13 788 p	14 556 p
S	8 895 p	9 114 p	8 920 p	9 160 p	8 671 p	8 953 p
O	10 465 p	10 389 p	11 364 p	10 236 p	8 314 p	8 022 p
N	1 232 p	342 p	689 p	802 p	0 p	0 p
D	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	2 p
<b>TOTAL</b>	<b>85 649 p</b>	<b>87 285 p</b>	<b>88 020 p</b>	<b>91 961 p</b>	<b>77 045 p</b>	<b>80 778 p</b>

PETRUSSE	2005	2004	2003	2002	2001	2000
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	634 p	0 p	0 p	496 p	0 p	0 p
A	375 p	1 009 p	859 p	438 p	800 p	920 p
M	873 p	467 p	227 p	654 p	0 p	20 p
J	414 p	1 157 p	870 p	522 p	875 p	517 p
J	3 086 p	3 591 p	2 763 p	3 996 p	2 846 p	2 876 p
A	4 795 p	4 773 p	4 056 p	4 348 p	2 854 p	2 921 p
S	855 p	821 p	1 357 p	1 384 p	686 p	769 p
O	370 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
N	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
D	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
<b>TOTAL</b>	<b>11 402 p</b>	<b>11 818 p</b>	<b>10 132 p</b>	<b>11 838 p</b>	<b>8 061 p</b>	<b>8 023 p</b>

BOCK+PETRUSSE	2005	2004	2003	2002	2001	2000
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	231 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	7 529 p	4 933 p	5 549 p	6 677 p	4 401 p	5 111 p
A	7 269 p	10 298 p	9 923 p	8 242 p	9 323 p	9 919 p
M	13 496 p	12 545 p	11 038 p	13 610 p	10 675 p	10 248 p
J	9 156 p	10 847 p	10 739 p	9 673 p	11 432 p	10 890 p
J	17 303 p	18 642 p	18 993 p	21 376 p	14 962 p	17 410 p
A	20 250 p	21 172 p	19 580 p	22 639 p	16 642 p	17 477 p
S	9 750 p	9 935 p	10 277 p	10 544 p	9 357 p	9 722 p
O	10 835 p	10 389 p	11 364 p	10 236 p	8 314 p	8 022 p
N	1 232 p	342 p	689 p	802 p	0 p	0 p
D	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	2 p
<b>TOTAL</b>	<b>97 051 p</b>	<b>99 103 p</b>	<b>98 152 p</b>	<b>103 799 p</b>	<b>85 106 p</b>	<b>88 801 p</b>

**Tableaux comparatifs du nombre de guides mis mensuellement à disposition par le LCTO de 2000 à 2005 ainsi que du nombre de personnes ayant été guidées mensuellement par les soins du LCTO pendant la même période**

<b>nbre de guides</b>	<b>2005</b>	<b>2004</b>	<b>2 003</b>	<b>2 002</b>	<b>2 001</b>	<b>2 000</b>
<b>J</b>	87 guid	82 guid	67 guid	70 guid	76 guid	89 guid
<b>F</b>	103 guid	95 guid	89 guid	109 guid	76 guid	326 guid
<b>M</b>	290 guid	249 guid	255 guid	250 guid	239 guid	212 guid
<b>A</b>	636 guid	495 guid	378 guid	545 guid	443 guid	440 guid
<b>M</b>	835 guid	752 guid	709 guid	846 guid	783 guid	865 guid
<b>J</b>	795 guid	704 guid	704 guid	756 guid	668 guid	630 guid
<b>J</b>	687 guid	633 guid	709 guid	601 guid	566 guid	527 guid
<b>A</b>	801 guid	694 guid	742 guid	796 guid	749 guid	627 guid
<b>S</b>	868 guid	869 guid	910 guid	849 guid	826 guid	821 guid
<b>O</b>	655 guid	571 guid	620 guid	590 guid	554 guid	572 guid
<b>N</b>	228 guid	218 guid	236 guid	218 guid	218 guid	216 guid
<b>D</b>	173 guid	151 guid	149 guid	151 guid	146 guid	151 guid
<b>TOTAL</b>	<b>6 158 guid</b>	<b>5 513 guid</b>	<b>5 568 guid</b>	<b>5 781 guid</b>	<b>5 344 guid</b>	<b>5 476 guid</b>

<b>nbre de pers.</b>	<b>2005</b>	<b>2004</b>	<b>2 003</b>	<b>2 002</b>	<b>2 001</b>	<b>2 000</b>
<b>J</b>	3 480 p	3 280 p	2 680 p	2 800 p	3 040 p	3 560 p
<b>F</b>	4 120 p	3 800 p	3 560 p	4 360 p	3 040 p	13 040 p
<b>M</b>	11 600 p	9 960 p	10 200 p	10 000 p	9 560 p	8 480 p
<b>A</b>	25 440 p	19 800 p	15 120 p	21 800 p	17 720 p	17 600 p
<b>M</b>	33 400 p	30 080 p	28 360 p	33 840 p	31 320 p	34 600 p
<b>J</b>	31 800 p	28 160 p	28 160 p	30 240 p	26 720 p	25 200 p
<b>J</b>	27 480 p	25 320 p	28 360 p	24 040 p	22 640 p	21 080 p
<b>A</b>	32 040 p	27 760 p	29 680 p	31 840 p	29 960 p	25 080 p
<b>S</b>	34 720 p	34 760 p	36 400 p	33 960 p	33 040 p	32 840 p
<b>O</b>	26 200 p	22 840 p	24 800 p	23 600 p	22 160 p	22 880 p
<b>N</b>	9 120 p	8 720 p	9 440 p	8 720 p	8 720 p	8 640 p
<b>D</b>	6 920 p	6 040 p	5 960 p	6 040 p	5 840 p	6 040 p
<b>TOTAL</b>	<b>246 320 p</b>	<b>220 520 p</b>	<b>222 720 p</b>	<b>231 240 p</b>	<b>213 760 p</b>	<b>219 040 p</b>