



LE GOUVERNEMENT  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG  
Ministère des Classes Moyennes,  
du Tourisme et du Logement

# Rapport d'activité 2006

Volume II  
**Tourisme**

Mars 2007



## DEPARTEMENT DU TOURISME

### Table des matières

I	SAISON TOURISTIQUE	1
II	SEPTIEME PROGRAMME QUINQUENNAL 2003 - 2007	
	1) Généralités	3
	2) Infrastructures touristiques à réaliser par les communes et les syndicats d'initiative	4
	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	LA COMMISSION NATIONALE DU TOURISME	15
IV	CERTIFICATIONS DANS LE DOMAINE DU TOURISME	
	1) Classification Benelux	18
	2) Ecolabel	18
	3) Bureaux reconnus	20
V	SENTIERS TOURISTIQUES ET PISTES CYCLABLES	
	1) Sentiers touristiques	21
	2) Pistes cyclables	23
VI	CONCOURS "Schéin Dierfer a Stied"	29
VII	TOURISME DE CONGRES	31
VIII	RELATIONS INTERNATIONALES ET COOPERATION TRANSFRONTALIERE	34
IX	ACTIONS PROMOTIONNELLES DU MINISTERE DU TOURISME	
	1) Insider, le nouveau périodique du Ministère du Tourisme	36
	2) Publicité par le biais des réseaux de distribution traditionnels	36
	3) Médias électroniques/informatiques	37
	4) Actions promotionnelles par le biais des représentations touristiques à l'étranger	39
	5) Participation aux foires et salons touristiques	41
X	ANIMATION TOURISTIQUE	42
XI	ACTIVITES PROMOTIONNELLES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME EN L'AN 2006	43
	ANNEXE I Tableaux statistiques/STATEC	54
	ANNEXE II Tableaux statistiques/Syndicat d'Initiative de la Ville de Luxembourg	56



## **I. SAISON TOURISTIQUE : RETOUR A LA NORMALITE**

Les premiers chiffres de la statistique d'hébergement de l'année 2006 publiés par le STATEC (v. annexe I) font ressortir que dans différents domaines, les résultats sont en recul par rapport à 2005, année exceptionnelle il est vrai.

Si l'on considère que 2006 pouvait difficilement faire mieux que 2005, marquée par la présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union Européenne, l'année qui vient de se terminer peut néanmoins être considérée comme une bonne année en matière touristique. Malgré des conditions climatiques par moments difficiles, les résultats marquent une consolidation à haut niveau au vu de l'évolution des quinze dernières années.

Dans l'hôtellerie, le Statec fait état, pour la période de janvier à août 2006, d'une croissance des arrivées qui va de pair avec une légère diminution des nuitées (-1,1%). On peut raisonnablement espérer - et tous les indicateurs généralement reconnus concordent à étayer cette perspective - que les chiffres se rapportant à la fin de la saison viendront encore améliorer ce résultat au niveau des nuitées notamment. La ventilation par région touristique montre que la capitale et les régions du Centre et de la Moselle affichent un résultat positif, tandis que les Ardennes, le Mullerthal et le Sud subissent un léger tassement.

Le secteur du camping connaît une troisième régression consécutive (-4%) par rapport à l'année record 2003. Il est vrai que l'hôtellerie de plein air, malgré des efforts significatifs entrepris au niveau de la qualité au cours des dernières années, reste largement tributaire des conditions météorologiques qui n'étaient guère favorables en 2006.

Les auberges de jeunesse affichent une progression spectaculaire (11%), due en grande partie à la rénovation progressive de leurs maisons (Luxembourg, Echternach) et à une offre attrayante au niveau de l'animation.

Il en va de même pour les autres catégories d'hébergement (gîtes d'étape, appartements et maisons de vacances, chambres chez les particuliers) qui ont pu enregistrer une augmentation de 10 %.

D'une manière générale, on constate avec satisfaction que le Luxembourg peut se prévaloir d'une clientèle stable et fidélisée, et ceci à la fois dans l'hôtellerie et le camping : 47 % des personnes consultées connaissent et apprécient le Luxembourg grâce à des séjours ou des visites antérieures. Le Luxembourg se profile donc, pour une grande partie de notre clientèle, de plus en plus comme une destination de proximité et de courte durée, offrant une sécurité et une qualité auxquelles le visiteur semble attacher une importance accrue.

## **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 2006

	2003	2004	2005	2006	Total
SI et autres asbl	732.060	1.304.690	1.471.622	920.681	4.429.053
Communes	2.426.945	4.750.085	3.048.603	5.264.296	15.489.929
Hôtels	2.024.287	1.295.852	1.262.104	762.288	5.344.531
Camping	123.443	138.711	109.522	103.305	474.981
Gîtes ruraux	274.767	74.509	48.966	21.025	419.267
Investisseurs privés	265.856	0	0	18.900	284.756
Total	5.847.358	7.563.847	5.940.817	7.090.492	26.442.517

## 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 - réaménagement du centre
- modernisation de la piscine
- Diekirch - mise en valeur du Musée National d'Histoire Militaire
- remise en valeur du centre de Diekirch
- mise en valeur et extension de la piscine couverte
- aménagement d'un Conservatoire National de la Voiture Historique

Echternach	- réaménagement et embellissement du centre - aménagement du centre récréatif et de loisirs et construction d'une auberge de jeunesse et d'une piscine
Ettelbrück	- modernisation de l'auberge de jeunesse
Grevenmacher	- construction d'une auberge de jeunesse - aménagement d'un quai d'accostage
Heinerscheid	- réaménagement de l'ancienne ferme "Cornely"
Hosingen	- construction d'une piscine
Larochette	- aménagement du centre
Luxembourg	- modernisation de la patinoire à Kockelscheuer - modernisation de l'auberge de jeunesse
Mersch	- construction d'une nouvelle piscine
Mertert	- construction d'un musée pour bateaux - mise en valeur du centre de loisirs avec aquarium
Mondorf	- construction d'une piscine
Pétange	- mise en valeur touristique de l'infrastructure ferroviaire
Putscheid	- mise en valeur de la mine de cuivre à Stolzembourg
Remerschen	- divers aménagements dans la zone de récréation et de loisirs - mise en valeur des anciennes galeries de plâtres - aménagement d'un centre multi-médiatique
Remich	- réaménagement et mise en conformité du complexe sportif, piscine en plein air et patinoire - réaménagement de l'esplanade et du quai de la Moselle
Rosport	- aménagement du château Tudor
Rumelange	- extension et réaménagement du Musée des Mines
Troisvierges	- modernisation de la piscine en plein air
Vianden	- modernisation de l'auberge de jeunesse - mise en valeur des musées - aménagement du noyau historique
Wellenstein	- extension du port de plaisance à Schwebsingen - aménagement d'un quai d'accostage à Bech- Kleinmacher - aménagement du centre de loisirs et de récréation à Schwebsingen - mise en valeur des musées
Wiltz	- extension de l'auberge de jeunesse (Maison Gruber) - remise en valeur de la piscine
Wormeldange	- aménagement d'un parc de loisirs à Ehnen - aménagement de quais d'accostage

Diverses communes	- pistes cyclables et aménagements annexes
Diverses communes	- sentiers pédestres et aménagements annexes
Diverses communes	- embellissement touristique, aménagement d'infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des touristes et équipements de sports-loisirs

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

S.I. Beaufort	- modernisation de la piscine - réaménagement de la patinoire
S.I. Munshausen	- extension du domaine touristique
S.I. Wiltz	- aménagement d'un musée national d'art brassicole
Association des Musée et Tourisme Ferroviaires	- restauration du parc ferroviaire
Centrale des Auberges de Jeunesse Luxembourgeoises	- modernisation et extension du réseau des auberges de jeunesse
Divers syndicats et autres asbl	- sentiers pédestres et aménagements annexes
Divers syndicats et autres asbl	- embellissement touristique, aménagement d'infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des touristes et équipements de sports-loisirs

#### **Tableau des montants alloués aux communes au cours de l'exercice 2006**

communes	objet	subventions allouées ( en € )
Beaufort	réaménagement du centre	98.000,00
Berdorf	embellissement du centre	6.335,00
Berdorf	construction centre culturel	14.215,00
Echternach	construction nouvelle auberge de jeunesse	1.688.000,00
Grevenmacher	construction nouveau quai d'accostage	280.000,00
Grevenmacher	réaménagement piscine	500.000,00
Hosingen	éclairage de style, diverses localités	21.566,75
Lac Haute Sûre	revalorisation ancienne école à Bavigne	14.460,37
	investissement camping	131.500,00
Luxembourg	construction nouvelle auberge de jeunesse	800.000,00
Mamer	construction piste cyclable	85.029,68
Mersch	construction nouvelle piscine	100.000,00

Mondorf/Bains	réaménagement du centre	48.711,08
Pétange	construction nouvelle piscine à Rodange	250.000,00
Putscheid	aménagement alentours mine de cuivre	44.250,00
Remich	réaménagement du centre	158.500,00
Rosport	réaménagement du village bas à Rosport	21.110,68
	réaménagement place publique à Dickweiler	8.675,00
	aménagement musée Tudor	20.000,00
Rumelange	réaménagement Musée des Mines	73.170,34
Syndicat Intercommunal « Réidener Schwemm »	réhabilitation piscine à Rédange/Attert	250.000,00
Tandel	construction piste cyclable	149.619,88
Vianden	modernisation piscine	44.665,00
	aménagement itinéraire culturel	14.055,85
	embellissement localité	14.500,00
	aménagement musée Victor Hugo	9.158,00
	modernisation du télésiège	400.000,00
Wiltz	réaménagement maison Gruber	18.773,84

Total 5.264.296,47

### Tableau synoptique demandes AC

#### a) répartition par projets :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. '03-06
Infrastructure communale	23	6 716 812,03	877 041,74	531 411,55
Infrastructure routière	41	13 407 412,80	2 030 615,83	600 325,05
Piste cyclable	27	14 277 846,04	5 803 471,29	1 727 746,29
Plantations	0	0,00	0,00	0,00
Sentier touristique	17	1 530 470,65	232 859,62	144 846,95
Eclairage de style	73	4 215 447,57	1 045 318,92	146 188,67
Patrimoine culturel	13	5 491 384,08	548 402,32	231 728,40
Accueil	5	1 097 764,16	281 157,48	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	3 383 561,32
Centre récréatif/Parc/Sports	28	16 007 641,12	3 501 645,50	773 958,50
Navigation touristique	7	3 876 111,67	1 521 054,99	362 632,43
Enseignes décoratives	1	169 212,12	33 842,42	0,00
Musée	14	7 838 009,33	1 166 775,48	359 954,02
Auberge de jeunesse	8	20 428 266,65	7 146 377,23	5.862. 951,55
Piscine	11	42 386 873,88	3 712 605,67	1.349.665,00
<b>Total</b>	<b>290</b>	<b>148 015 254,99</b>	<b>32 138 859,43</b>	<b>15.489.929,17</b>

**b) répartition par région touristique :**

	<b>N° dossiers</b>	<b>Part éligible</b>	<b>Engagement</b>	<b>Liq. '03-06</b>
Bon Pays	44	32 005 331,94	6 767 741,68	3 416 367,61
Ardennes	126	45 792 262,08	9 883 305,23	4 076 074,32
Müllerthal	53	19 608 395,06	6 518 725,23	4 060 202,69
Moselle	55	32 531 909,97	8 221 981,29	3 473 749,02
Sud	12	18 077 355,93	747 106,01	463 535,53
Total	290	148 015 254,99	32 138 859,43	15.489 929,17

Au total le Ministère du Tourisme compte actuellement 290 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 290 projets totalisent un investissement éligible de 148.015.254,99 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison d'un montant de 32.138.859,43 €. Au total 15.489.929,17 € 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 2005, 15 nouveaux projets présentés par les communes et les syndicats de communes ont été retenus par le Ministère du Tourisme en 2006.

**Tableau des montants alloués aux syndicats d'initiative, ententes de syndicats d'initiative et autres associations sans but lucratif au cours de l'exercice 2006**

SI ou autre asbl	objet	subventions allouées ( en €)
A.M.T.F.	infrastructure « Train 1900 »	50.337,23
Beaufort	rénovation patinoire	86.718,43
Binsfeld-Breitfeld	investissements musée + gîte	36.673,16
Diekirch	investissements bureau d'accueil camping	5.318,98
Grevenmacher	investissements bureau d'accueil	45.361,49
Mersch	investissements camping	5.000,00
Munshausen	domaine touristique	576.960,01
Munshausen	projet « Barrierefreies Reisen »	39.340,78
Vianden	aménagement « Adventure parc »	14.000,00
Wiltz	modernisation musée brassicole	4.999,04

ONT	système d'information et de réservation	54.937,23
divers SI et asbl	acquisition équipement matériel informatique et audiovisuel modernisation bureau d'accueil	1.034,50
Total :		920.680,85

### Tableau synoptique demandes SI et autres asbl

#### a) répartition par projets :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 03-06
Gîte rural	7	736 019,94	331 266,24	102 035,73
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	10	10 267 777,53	6 212 264,32	2 852 313,95
Musée	2	423 782,00	169 550,00	61 887,78
Aire de distraction	2	101 873,61	22 974,72	20 000,00
Informatique	15	316 205,75	250 089,49	212 297,43
Camping	9	3 167 613,64	1 433 958,69	682 440,84
Piscine	4	746 268,24	372 046,91	371 392,13
Patinoire	5	522 902,92	212 187,91	205 037,08
Illumination	0	0,00	0,00	0,00
Equipement	0	0,00	0,00	0,00
Loisirs	4	175 956,88	53 165,00	17 036,00
Bureau d'accueil	3	126 153,71	29 435,00	29 435,00
Promotion	0	0,00	0,00	0,00
Total	62	16 601 332,17	9 089 438,29	4 556 375,94

#### b) répartition par région touristique :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 03-06
Bon Pays	6	2 722 715,90	1 161 309,13	640 933,73
Ardennes	24	9 266 582,87	5 730 675,39	2 724 228,37
Müllerthal	18	1 953 307,89	911 063,51	617 997,26
Moselle	9	508 126,22	220 840,61	77 441,68
Sud	5	2 150 599,29	1 065 549,65	495 774,90
Total	62	16 601 332,17	9 089 438,29	4 556 375,94

Au total le Ministère du Tourisme compte actuellement 62 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 62 projets totalisent un investissement éligible de 16.601.332,17 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison d'un montant de 9.089.438,29 €. Au total 4.556.375,94 € 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 2005, 10 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 2006.

### **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. La quatrième tranche du 7<sup>e</sup> programme quinquennal (762.287,99 €) a été répartie entre 15 bénéficiaires.

127.622,72 € ont été investis dans la construction d'établissements d'hébergement nouveaux, tandis que 634.665,27 € 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.

Pour l'exercice 2006, 21.024,69 € ont été alloués à 1 investisseur pour l'aménagement d'un gîte rural.

## 5) Camping

En 2006, 103 terrains de campings ont été recensés, avec une capacité de 12.905 emplacements. La répartition des camps dans les différentes catégories est résumée dans le tableau ci-dessous.

En première catégorie, nous comptons actuellement 82 campings avec une capacité de 12.038 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 2006 :

	terrains de camping nombre	%	emplacements nombre	%	nombre moyen d'emplacements
Catégorie I	82	79,61	12.038	93,60	146,80
Catégorie II	12	11,65	626	4,84	52,17
Catégorie III	9	8,74	241	1,86	26,78
Total	103	100,0	12.905	100,0	

Nombre total de campeurs pouvant être hébergés par nuitée : 38.715

Catégorie I	:	36.114
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.

L'aide allouée en 2006 s'est élevée à 103.304,54 € et a été répartie entre 14 bénéficiaires.

En 2004, la Commission Spéciale « Campings » a avisé 27 dossiers présentant des investissements pour un montant total de 3.317.221,41 €

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

En 2006, la Commission Spéciale « Campings » a avisé 21 dossiers présentant des investissements pour un montant total de 1.366.579,41 €

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.

Pour l'exercice 2006, 18.900 € ont été alloués à 1 investisseur privé.

### **III. LA COMMISSION NATIONALE DU TOURISME**

La Commission Nationale du Tourisme a été instituée en décembre 2004, conformément à la déclaration gouvernementale du 4 avril 2004. Réunissant les représentants les plus importants du secteur, sa mission est de conseiller le Gouvernement sur des questions d'ordre touristique et d'initier des débats et des réflexions sur des sujets touristiques d'actualité.

Actuellement, trois groupes de travail travaillent sur des sujets bien définis :

#### **Structures et Finances du tourisme luxembourgeois**

Suite à une analyse de l'organigramme du tourisme luxembourgeois, le groupe de travail a reconnu la nécessité de mettre en place des Offices Régionaux de Tourisme (ORT), regroupant les principaux acteurs touristiques d'une région en vue d'une meilleure coordination des activités et d'un professionnalisme accru. Le but dépasse donc celui du simple regroupement d'activités sous un même toit au profit d'une force d'action plus puissante et plus efficace. La mission de cette asbl consistera donc à

- rationaliser et à coordonner les actions des acteurs régionaux
- regrouper la force de travail disponible
- créer de nouveaux produits touristiques
- stimuler le secteur à la création de produits et de grandes manifestations
- renforcer le marketing touristique régional
- conseiller et assister ses membres dans leurs activités touristiques
- mettre en valeur les richesses naturelles, culturelles et touristiques de la région

La gestion journalière de l'ORT sera conférée à un directeur nommé par le Conseil d'administration et approuvé par le Ministre du Tourisme.

Les ressources financières dont l'ORT disposera comprennent :

- les subsides annuellement inscrits au budget de l'Etat et des communes
- les cotisations des membres
- les subsides extraordinaires de l'Etat et des communes
- toutes autres recettes à l'exclusion de produits d'opérations commerciales

Des projets-pilote ont été élaborés pour la future « Centrale Touristique des Ardennes Luxembourgeoises » ainsi que pour les communes de la région du Mullerthal.

Les négociations sont actuellement en cours concernant la clé de répartition entre part étatique, contributions des communes et secteur professionnel. De même, le groupe de travail devra encore définir de manière succincte la répartition des missions et compétences entre ORT et Ententes touristiques régionales, ainsi que leurs relations futures entre elles-mêmes ainsi et avec l'Office National du Tourisme.

### **Une nouvelle législation concernant les fiches d'hébergement**

Le but de cette initiative est double : doter notre pays d'un système efficace de contrôle de sécurité des voyageurs ainsi que d'une statistique valable et rapide des arrivées et nuitées dans nos établissements d'hébergement touristique (hôtels, campings, auberges de jeunesse, gîtes ruraux et autres).

En effet, une réforme de la législation actuelle est devenue nécessaire tant du point de vue de l'efficacité du contrôle de sécurité que de celui de l'évaluation et de l'interprétation des données statistiques sur le tourisme au Luxembourg. Il paraît essentiel que notre pays soit doté d'un système de recensement des flux touristiques à la fois rapide, efficace et complet et qui présente d'un autre côté un minimum d'inconvénients et de contraintes pour les logeurs et les voyageurs.

L'actuel projet de loi innove en ce sens qu'il introduit l'obligation, respectivement l'option pour les établissements d'envergure plus modeste, d'une saisie et d'une transmission électronique des données à la fois vers la Police grand-ducale et vers le STATEC. Il prévoit aussi la mise à disposition par l'Etat d'une application électronique autour de cette fiche électronique et s'inscrit donc pleinement dans la logique de la simplification administrative en faveur des entreprises.

L'avant-projet a été déposé en mai 2006 à la Chambre des Députés. Parallèlement, une étude initiée par le Service eLuxembourg et le Centre Informatique de l'Etat doit assurer la mise en place d'un outil informatique permettant la collecte des fiches d'hébergement en vue de les intégrer aux systèmes d'informations de la Police Grand-Ducale et du STATEC. Compte tenu de la complexité du système informatique à mettre en place et des multiples acteurs concernés, la durée de réalisation est estimée à dix mois et la mise en production définitive est prévue pour fin 2007.

### **« Quality management » et classification**

Ce groupe de travail a pour mission d'examiner les modalités d'amélioration des infrastructures et des services touristiques. Après l'examen de différents modèles de gestion de la qualité, le groupe de travail a retenu un label suisse pour la qualité de son organisation et en raison du fait qu'il couvre l'ensemble des

branches d'activité du tourisme. Le programme, développé par le *Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus* de Berne, se propose d'accroître la conscience de la qualité dans les entreprises touristiques, de promouvoir et d'assurer la qualité des prestations touristiques, et s'adresse à l'ensemble des entreprises, indépendamment de leur envergure.

Le Ministère du Tourisme sera le porteur du projet, épaulé par le *Europäisches Tourismusinstitut* de Trêves en tant qu'expert externe en vue de la mise en pratique.

Par ailleurs, ce groupe de travail analyse également l'avenir de la classification Benelux des hôtels suite à la distance que les collègues néerlandais ont pris par rapport à ce mode d'évaluation des établissements d'hébergement.

## **IV. CERTIFICATIONS DANS LE DOMAINE DU TOURISME**

### **1. CLASSIFICATION BENELUX**

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 :	46
catégorie 3 étoiles :	90
catégorie 2 étoiles :	28
catégorie 1 étoile :	7

La classification Benelux des terrains de camping est également appliquée au Grand-Duché de Luxembourg. Elle s'effectue sur base volontaire et se présente comme suit :

catégorie 5 étoiles :	6
catégorie 4 étoiles :	17
catégorie 3 étoiles :	9
catégorie 2 étoiles :	1

### **2. ECOLABEL**

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.

Les directives ainsi que les critères pour l'attribution de l'Ecolabel ont été revus et modifiés en 2000, en 2005 et en 2006.

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 trois ans.

Ainsi, en 2006, 15 établissements classés Eco-label ont posé leur candidature pour une prolongation de l'attribution Eco-label. Les 15 établissements ont satisfait aux critères et obtenu la prolongation. 2 établissements ont obtenu le label pour la première fois.

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

Campings :	10
Gîtes ruraux :	7
Hôtels :	12

### 3. BUREAUX RECONNUS

Les bureaux d'information touristique locaux sont l'enseigne et la carte de visite à la fois des activités touristiques d'une localité et de la destination Luxembourg.

Le *Europäisches Tourismus Institut* de Trêves a élaboré, à la demande du Ministère du Tourisme, un instrument de certification garantissant un label de qualité uniforme et moderne à l'usage des bureaux d'information touristique luxembourgeois.

La distinction en tant que « bureau reconnu » est synonyme d'excellence au niveau de la qualité du service, de l'accueil et de l'information.

Les bureaux ont été répartis en 3 catégories (A-B-C) en fonction de leur envergure, de leur degré d'équipement et de leur rayonnement régional. Il est prévu d'identifier un total de 9 bureaux de la catégorie A, 12 de catégorie B et 5 de catégorie C, avec au moins un bureau de catégorie A pour chaque région touristique.

Au cours de l'année 2006, le Ministère du Tourisme a décerné les premiers labels aux bureaux suivants :

#### **Bureaux A**

Office National du Tourisme  
Luxembourg City Tourist Office  
Clervaux (Syndicat d'Initiative)  
Diekirch (Syndicat d'Initiative)  
Echternach (Syndicat d'Initiative)  
Esch/Alzette (Esch City Tourist Office)  
Grevenmacher (Syndicat d'Initiative)  
Vianden (Syndicat d'Initiative)  
Wiltz (Syndicat d'Initiative)

#### **Bureaux B**

Beaufort (Syndicat d'Initiative)  
Berdorf (Syndicat d'Initiative)  
Ehnen (Entente touristique de la Moselle)  
Weiswampach (Tourist-Info)

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

### **1) Sentiers touristiques**

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 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.

C'est ainsi que notre département a conclu en 1999 un premier contrat d'entretien 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.

Vu le succès de cette initiative, notre département a engagé en 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.

Depuis 2006 une troisième équipe travaille pour le compte de Ministère du Tourisme. Elle est 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.

Dans un environnement touristique de plus en plus concurrencé, 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 destiné à promouvoir les 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, 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 le randonneur à l'aide d'une carte donnant un aperçu global sur le réseau national des sentiers touristiques du Grand-Duché
- d'indiquer au randonneur, à l'aide d'une carte topographique détaillée, l'endroit où il se trouve
- de fournir des informations quant aux distances entre différents points du réseau
- de conférer une identité au réseau national des sentiers touristiques du Grand-Duché.

Au cours de l'année 2006 d'autres sentiers du réseau national ont été présentés suivant le même concept. Il s'agit notamment des sentiers nationaux suivants : « Sentier de l'Our », « Sentier du Lac », « Sentier de la Moselle » et « Sentier de la Basse Sûre ». Sept autres dépliants sont encore en préparation et seront disponibles d'ici le début de la saison 2007. Le Ministère du Tourisme compte présenter l'ensemble des 24 sentiers nationaux d'ici fin 2008.

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 cartes incombe à notre département.

Par ailleurs, dans le cadre de la promotion du réseau des sentiers touristiques de notre pays, notre département a soutenu un reportage d'une trentaine de pages dans le magazine allemand « Wandermagazin ». Ce magazine spécialisé dans la randonnée, a choisi pour la troisième année consécutive le Luxembourg pour la couverture d'une de ses éditions. Vu le succès de cette action notre département entend prolonger la collaboration avec l'éditeur de ce magazine au-delà de 2006.

D'autre part, notre département vient d'entamer, ensemble avec les éditions G. Binsfeld, les travaux préparatoires pour une nouvelle édition du guide des « 171 circuits auto-pédestres ». L'ancienne version du guide en question sera entièrement révisée et comportera notamment les améliorations suivantes :

- nouveaux fonds de carte (échelle 1 :20.000)
- nouvelle mise en page, comprenant entre autre l'insertion de photos et de pictogrammes
- informations spécifiques pour le randonneur (p.ex. : courbes de niveau,...)
- informations touristiques d'ordre général (p.ex. : attractions touristiques, ...)
- informations d'ordre général (p.ex. : transport en commun, ...)
- le nombre des randonnées sélectionnées passera de 171 à +/- 200 circuits

A l'instar des éditions précédentes, le guide sera trilingue (D, F, GB) et se présentera sous forme d'un classeur comprenant des fiches détachables.

Le but de ce guide est la mise en valeur du réseau des circuits auto-pédestres du pays, et constitue certainement un instrument de promotion de premier ordre pour l'ensemble du réseau pédestre du Grand-Duché.

L'édition du nouveau guide est programmée pour fin 2007.

## **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 600 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 topographiques 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.

De cette collaboration est née l'idée de la création d'un circuit cyclable transfrontalier reliant la Sarre, la Rhénanie-Palatinat, la Lorraine et le Grand-Duché de Luxembourg.

L'idée de base est de conduire le randonneur le long des vallées de la Sarre, de la Moselle et de la Sûre 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, et qui suit ensuite l'ancien tracé ferroviaire vers Junglinster, Echternach et Rosport jusqu'à Wasserbillig.

Au printemps 2005, la VeloRoute SaarLorLux a été présentée 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 concernées, un guide cycliste détaillé sur la VeloRoute SaarLorLux. Ce livre fournit au cycliste passionné toutes les informations dont il aura besoin pour une randonnée le long de 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.

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, étant donné qu'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 qui

- 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'informations 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 œuvre 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 2006 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. Les travaux de réaménagement le long de la route du vin apporteront 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 – Schifflange – 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 ont pu être achevés en 2004. Le reste du tracé est à l'étude

- 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 – Leudelange – Reckange

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

- PC 10 *Jonction de Leudelange*

Liaison entre Leudelange / 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 le prolongement vers la PC 16 resp. PC 3 seront réalisés 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 – Lorentzweiler et Lintgen – Mersch : travaux achevés.

Entre Lorentzweiler et Lintgen le cycliste doit emprunter actuellement une route secondaire. Le projet d'une liaison directe entre ces deux localités est à l'étude

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 Koetschette.

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 entre le « parc de Hosingen » et l'ancien CR vers Lellingen est en cours de réalisation.

La piste cyclable entre Bettel et Fohren a pu être achevée en 2006.

Le tronçon Pütscheid – Nachtmanderscheid est 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.

## VI. 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 2006, 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 générale (présentation générale, entrées de la localité, etc.)

Le concours de l'année 2006 a été organisé dans la région Ardennes (cantons de Clervaux, Diekirch, Wiltz et Vianden). 21 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 qu'un prix spécial 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 : Basbellain (SI Basbellain)

Catégorie 2 : 1<sup>er</sup> prix : Hoscheid (SI Hoscheid)  
2e prix: Huldange (AC Troisvierges)

Catégorie 3 : 1<sup>er</sup> prix: Medernach (AC Medernach)  
2e prix : Vianden (SI Vianden)

Catégorie 4 : 1<sup>er</sup> prix : Ettelbruck (SI Ettelbruck)  
2<sup>e</sup> prix : Diekirch (SI Diekirch)

Prix spécial meilleur nouvel aménagement : Ettelbruck (AC Ettelbruck)

Prix Natura : Ettelbruck

Prix Ligue Coin de Terre et du Foyer : Medernach et Huldange

Prix Fédération Luxembourgeoise des Horticulteurs : Vianden

## VII. 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, 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 2006, 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 2006, 612 exposants en provenance de plus de 40 pays ont accueilli en tout plus de 6.500 visiteurs. En complément au pavillon luxembourgeois, Luxembourg Congrès avait intégré un Bar-

Vip de 63 m2 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 2006, 3.300 exposants en provenance de 150 pays ont accueilli en tout plus de 7.600 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.

Etant donné que les salles au Centre de Conférence sont fermées depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2004 pour cause de rénovation et de transformation, les chiffres ci-dessous ne se basent que sur les manifestations qui ont eu lieu à l'Hémicycle ; ainsi, la Société a pu enregistrer, pour 2006 environ 5.485 nuitées (4.700 nuitées en 2005) à Luxembourg.

Quelque 15.700 (10.227 en 2005 et 14'000 en 2004) personnes ont été comptées lors des 37 manifestations (35 en 2005, 42 en 2004) organisées à l'Hémicycle. La durée moyenne par manifestation était de 1.5 jours.

## VIII. 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 d'une carte touristique reprenant les atouts touristique - culturels de la Grande Région.

Outre la réalisation du circuit « VéloTourMoselle », la connexion du réseau national de pistes cyclables aux réseaux à l'étranger permettra sans aucun doute de rehausser l'attractivité de notre produit. Par ailleurs, le réseau ainsi revalorisé constitue un moyen marketing de premier ordre, pour 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 2006 à Porto, le Comité du Tourisme a eu notamment un échange de vues approfondi sur les sujets suivants :

- Renforcer le rôle des PME dans l'industrie mondiale du tourisme
- Libéralisation des échanges de services et développement du tourisme
- Le tourisme et la Culture pour la compétitivité économique, la croissance et l'attractivité des territoires
- Sécurité, Voyages et Tourisme : impacts économiques et implications politiques

Au niveau de l'Union Européenne, l'année 2006 a été marquée par la Conférence européenne des ministres du Tourisme de Vienne en février et par le 5<sup>e</sup> Forum Européen du Tourisme qui s'est tenu en Chypres en novembre.

Lors de la conférence de Vienne, intitulée « Tourisme – clé pour la croissance et l'emploi en Europe », Monsieur Günther Verheugen, vice-président de la Commission, a également présenté la communication appelée « Une nouvelle politique européenne du tourisme : renforcer le partenariat pour le tourisme en Europe ». Les activités futures de la Commission auront comme base les critères fondamentaux de la durabilité et de la compétitivité et préconisent notamment une meilleure réglementation et une meilleure coordination des différentes politiques ayant trait au tourisme, une meilleure utilisation des instruments financiers européens disponibles en faveur du tourisme ainsi que des actions ciblées communes conformément au principe de subsidiarité.

Suite à l'adoption par le Conseil en avril 2005, sous présidence luxembourgeoise, d'une conclusion relative à la Communication sur la durabilité du tourisme européen de la Commission Européenne, le groupe « Durabilité » institué par la Commission vient de finaliser au cours de l'année 2006 son rapport qui doit servir de base aux travaux futurs de la Commission et mettre celle-ci en mesure de soumettre au Conseil une proposition d'Agenda 21 pour le tourisme européen avant la fin de 2007.

Le 5<sup>e</sup> Forum Européen du Tourisme, organisé conjointement par la présidence finlandaise, la Commission Européenne et la République de Chypres a notamment traité des nouvelles opportunités dans l'industrie touristique pour le consommateur, l'investisseur et les destinations touristiques. La sécurité du consommateur, le tourisme de croisière, le « time-sharing », le partenariat public-privé, mobilité et employabilité ont été débattus durant 2 jours entre politiciens, universitaires et représentants de l'industrie.

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.

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

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

Depuis novembre 2005, le Ministère du Tourisme édite son propre organe de liaison appelé « Insider ». 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 », qui a paru en trois éditions en 2006, 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 distribution 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'un spot publicitaire qui a été diffusé pendant les mois de mars, d'avril, de septembre et d'octobre sur cinq sous-chaînes de TF1, à savoir « TvBreizh », « Histoire », « LCI », « Odyssée » et « Ushuaïa » ;

- la présentation du film promotionnel « Luxembourg – La culture est dans notre nature » sur le site web [www.cico.tv](http://www.cico.tv) (city and country webtv) ;
- la création d'un publi-reportage d'une trentaine de pages sur les sentiers pédestres et pistes cyclables dans l'édition juin/juillet du magazine spécialisé "Wandermagazin";
- le sponsoring de la compétition "Touristik-und Heimatwettbewerb", organisée par l'ADAC Sarre;
- l'insertion d'une annonce publicitaire dans la brochure éditée dans le cadre du tournoi de tennis « Fortis Championships » et mise en place d'une bande publicitaire autour du terrain de jeu portant l'inscription [www.visitluxembourg.lu](http://www.visitluxembourg.lu);
- la réalisation d'un reportage sur le Grand-Duché de Luxembourg qui sera diffusé sur la chaîne d'information allemande « ntv » dans le cadre de la série « Welt à la Carte– Das Gourmet-Reisemagazin » ;
- la réalisation, par le magazine touristique allemand « GEOSAISON », d'un tiré à part de 24 pages sur le Grand-Duché de Luxembourg;
- l'insertion d'un publi-reportage de deux pages dans le magazine officiel du Salon des Vacances de Bruxelles ;
- l'insertion d'une annonce publicitaire dans le magazine anglais « Golf magazine »,
- l'insertion d'une annonce publicitaire dans le magazine « Rail 1 » de la SNCB.

### **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.

## **b) Action promotionnelle via [web tours.lu](http://www.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 Grand-Duché de Luxembourg. Réalisé originalement en allemand, le site a été traduit en français en 2003.

Depuis 2005, le site [www.tours.lu](http://www.tours.lu) fournit également des informations sur les différentes randonnées pédestres au Luxembourg et offre un grand nombre de services pratiques et de fonctions interactives. Mis à part l'élargissement du contenu, l'aperçu du site a été entièrement modernisé : grâce à un layout plus attractif et une navigation plus fonctionnelle, le site [www.tours.lu](http://www.tours.lu) s'est développé au cours des années en un outil de communication efficace pour promouvoir la destination touristique luxembourgeoise et plus précisément son offre en matière de randonnées.

En 2006, la rubrique « sentiers nationaux » a été élargie à cinq circuits. Figurent parmi les nouveautés le « Circuit du lac de la Haute-Sûre », le « Sentier de la Moselle », le « Sentier de l'Our » et le « Circuit de la Basse-Sûre ». Moyennant une carte interactive, l'Internaute peut découvrir pas à pas les différentes étapes des circuits présentés. Un simple clic le ramène à la fiche de détail du circuit ; de même, un clic suffit pour stocker le circuit au sein de ses favoris personnels ou pour télécharger, voire imprimer le dépliant d'appel.

#### **4) Actions promotionnelles par le biais des agences touristiques à l'étranger**

##### **a) Structure**

Le Ministère du Tourisme est représenté à l'étranger par les agences touristiques suivantes :

- BERLIN                      Maison du Luxembourg du Luxembourg, Klingelhöferstrasse 7  
Gérant : M. José VIRGINIO
  
- BRUXELLES                Maison du Luxembourg, avenue de Cortenbergh, 75  
Gérant :     M.Olivier BARBIEUX  
Employées : Mme Annette DECLERCK-GASPART  
                  Mme Rolande MARGOT-BIREN
  
- LA HAYE                    Représentation Touristique à l'Ambassade du Luxembourg, Nassaulaan, 8  
Gérante :    Mme Anne-Marie HILL-DRIESKENS  
Employée :  Mme Liane KIMMES
  
- MÖNCHENGLADBACH    Bismarckstrasse, 23-27  
Gérant :     M. Gert KARTHEUSER
  
- LONDRES                    Regent Street, 122  
Gérant :     M. Serge MOES  
Employée :  Mme Dorothée DUNKEL
  
- NEW YORK                 Représentation Touristique auprès du Consulat Général du Luxembourg,  
Beekman Place, 17  
Gérante :    Mme Brigitte GOERGEN
  
- PARIS                        Boulevard des Capucines, 21  
Gérante :    Mme Christiane PAGES-WILHELM  
Employée :  Mme Rachel JOLY-EZARD
  
- COPENHAGUE              bureau fermé au 30 juin 2006 suite à la fermeture du bureau de LUXAIR

Si les tâches traditionnelles consistaient jadis en l'envoi de brochures et dans l'accueil des visiteurs dans les locaux de nos agences, ces tâches ont subi une évolution similaire à celle qu'a subie toute l'industrie touristique, en réaction notamment à un changement fondamental du comportement du voyageur (internet, généralisation du « last minute », ..).

Peuvent ainsi être appelées tâches « traditionnelles » aujourd'hui aux côtés de l'envoi de brochures touristiques :

- la gestion des demandes d'information touristiques dans des banques de données informatisées
- l'utilisation de nos banques de données à des fins de marketing direct au profit des prestataires touristiques luxembourgeois
- la propagation de l'image de marque (touristique) du Luxembourg avec les moyens techniques modernes (campagnes publicitaires internet, newsletters électroniques, direct marketing, ..)
- établissement d'un « plan média » en appui des préparatifs des campagnes publicitaires de l'ONT
- réaliser du « benchmarking » pour compte du Ministère du Tourisme dans les domaines du marketing et de la publicité , dans la manière de se présenter ainsi que dans le choix des actions promotionnelles à organiser dans les marchés respectifs
- conseiller le Ministère du Tourisme dans le choix de Salons, workshops et foires spécifiques à intégrer dans son calendrier annuel des manifestations
- être à l'écoute de la spécificité du marché et renseigner les professionnels luxembourgeois sur les évolutions et tendances qui se dessinent à moyen et long terme
- agir de manière pro-active auprès des acteurs professionnels étrangers et trouver de nouveaux canaux de distribution pour nos produits touristiques
- favoriser la mise en relation des « producteurs » touristiques luxembourgeois avec les « diffuseurs » de produits touristiques dans les différents marchés.

Une mission importante de nos agents à l'étranger consiste également dans leur activité auprès du regroupement des Offices Etrangers de Tourisme établis dans les marchés dont ils ont la responsabilité. Ces organismes ouvrent en effet de nombreuses portes auprès de la presse spécialisée, des tours opérateurs et agents de voyages. En 2006, nous avons pu compter parmi nos représentants touristiques à l'étranger deux agents aux postes de présidents ainsi que deux trésoriers.

L'année 2006 a été caractérisée pour les représentations touristiques à l'étranger par un vaste audit externe que le Ministère du Tourisme a fait réaliser en deux phases : l'une, orientée vers l'analyse des besoins des marchés, l'autre orientée sur la manière dont nos représentations répondent à ces besoins de marché. Si l'année 2006 s'est clôturée avec une réunion des agents en poste à l'étranger pour commenter les 1ers résultats de l'audit, 2007 verra se réaliser la mise en place des conclusions et des éventuelles redéfinitions de nos missions à l'étranger.

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

A l'instar des années précédentes, le Ministère du Tourisme a participé en 2006 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 2006, le Ministère du Tourisme, avec ses partenaires, a organisé et financé les foires et salons suivants :

UTRECHT	- Vakantiebeurs
LUXEMBOURG	- Vakanz
BRUXELLES	- Salon des Vacances
HAMBOURG	- Reisen
ANVERS	- Salon International des Vacances
LIEGE	- Salon Vert
SARREBRUCK	- Freizeit
BERLIN	- Internationale Tourismusbörse (ITB)
PARIS	- Salon Mondial du Tourisme
PARIS	- Salon des Randonnées
UTRECHT	- 50plus Beurs
DUSSELFORF	- Tour Natur
KÖLN	- Reisemarkt

Par ailleurs, les 24 et 25 mai 2006, à l'occasion de la remise du Prix Charlemagne à Monsieur le Premier Ministre Jean-Claude Juncker, le Ministère du Tourisme avait monté dans le centre-ville d'Aix-la-Chapelle une tente hébergeant un pavillon d'information sur la destination touristique luxembourgeoise.

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 place. Cette conception permet une présentation commune, cohérente et complète des multiples facettes du tourisme luxembourgeois.

## **X. 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 2006, 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, ayant comme tâche essentielle la transposition du concept « marketing » élaboré pour la région du Mullerthal. Depuis 2004 l'Entente touristique du Sud, qui a pris un nouveau départ, a également été dotée d'un poste de coordinateur touristique.

## **XI. LES ACTIVITES PROMOTIONNELLES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME EN L'AN 2006**

### **2006 : une année à plusieurs facettes.**

Comme les années précédentes, les stratégies et les démarches promotionnelles de l'ONT étaient une synthèse longuement réfléchie de nombreuses informations importantes. D'une part, les responsables de l'ONT se basaient sur les analyses faites par son service marketing, d'autre part sur des études et analyses réalisées par des organismes spécialisés. Bien évidemment, les expériences et connaissances des partenaires de l'ONT jouaient un rôle primordial dans chaque prise de décision. Ainsi, l'avis des représentations touristiques, qui ont une large connaissance de leurs marchés, était aussi précieux que le conseil des professionnels du secteur de l'hébergement, ou encore les nouvelles connaissances en marketing moderne. L'ONT s'est donc toujours efforcé de canaliser ces données de tout genre en un concept général et en un fil rouge qui relie toutes les actions dans l'intérêt du tourisme.

### Le marketing interne

Ici, il y a lieu de relever l'importance de l'information du secteur sur les cibles et stratégies en marketing. Pour ce faire, l'Office a assuré une large diffusion par mailings et internet de son masterplan CAP 2006 et a pu recourir à des rubriques fixes dans les magazines de l'HORESCA et de l'APC, respectivement à des émissions bimensuelles sur la radio 100,7. La journée de l'Incoming a porté sur les voyages à forfaits au Grand-Duché et dans la grande région. L'édition et la mise en ligne du Compendium statistique de l'année touristique et des enquêtes de l'ONT assurent une contribution régulière et à jour de l'information de base servant au marketing touristique public et privé.

La formation initiale et continue se voit octroyer une position de plus en plus importante dans un contexte de concurrence par la qualité. 190 certificats ont été établis en 2006 à l'adresse du personnel d'accueil du secteur d'hébergement et des offices de tourisme locaux et régionaux. 10 étudiants ont réalisé des travaux de fin d'études en matière de marketing touristique. L'Office a par ailleurs participé à la définition des besoins en formations touristiques dans le cadre d'un projet du Ministère du Tourisme associant également l'ETI et la Chambre de Commerce. Le bureau d'accueil de l'Office à la gare centrale a été classé dans la catégorie supérieure des bureaux d'accueil reconnus par le Ministère du Tourisme.

Plusieurs membres du personnel de l'ONT ont suivi des formations continues organisées par les chambres professionnelles, respectivement ont terminé avec succès une formation de troisième cycle.

### Le marketing externe

En 2006, les stratégies « traditionnelles » ont été actualisées et adaptées aux besoins changeants des différents marchés. De grands bouleversements, par exemple, ont eu lieu ces dernières années dans la façon de travailler des différents médias, qui réagissent de moins en moins aux simples invitations à un voyage d'étude. Il faut donc essayer de capter d'abord l'attention des journalistes directement sur leurs marchés domestiques. Pour cette raison, le service Marketing et le service Presse et Relations Publiques ont concerté leurs efforts encore davantage et ont lancé de nouvelles actions de sensibilisation, sans toutefois négliger les voyages de presse traditionnels. Ainsi, l'ONT a organisé des conférences et des déjeuners de presse ou a participé à des work-shops dans plusieurs grandes villes d'Europe. Souvent ces actions ont été complétées par des mailings et par des annonces.

Dans d'autres domaines, l'ONT a également innové en cherchant :

- de nouveaux marchés (par exemple la Chine qui s'ouvre à l'Europe),
- de nouvelles niches (par exemple : le tourisme de moto qui représente aujourd'hui une clientèle cherchant la qualité aussi bien dans l'hébergement que dans la gastronomie),
- de nouvelles actions allant directement à l'encontre du client, et qui le frappent dans ses habitudes quotidiennes (par exemple : promotion en collaboration avec Villeroy & Boch à la prestigieuse Königsallee à Düsseldorf.)

#### *Les accroches de 2006*

L'accroche principale était, pour le secteur professionnel et pour les médias, déjà en 2006 « Luxembourg et Grande Région – Capitale Européenne de la Culture 2007 ». Par ce moyen, le Luxembourg revenait au centre des intérêts des journalistes et des tour-opérateurs. L'ONT a su profiter de l'occasion pour mettre en évidence tous les atouts du Grand-Duché.

D'autres accroches n'ont pas été négligées : l'Expogast, le marathon de Luxembourg, l'arrivée du TGV-Est, la Philharmonie, l'ouverture du Mudam ....

#### *L'exposition itinérante : une présence efficace auprès du client*

L'ONT a réalisé 7 panneaux d'exposition illustrant avant tout l'offre des 5 régions touristiques et le tourisme culturel. Cette exposition, qui existe en quatre langues, est complémentaire à celle du Service des Sites et Monuments et peut être montrée ensemble avec celle-ci. Le but est de disposer d'une présentation de qualité soulignant les atouts du Luxembourg. Le concept propose une structure modulable s'intégrant dans pratiquement n'importe quel projet de promotion touristique. Ainsi, l'ONT peut être facilement présent sur le terrain, directement auprès de la clientèle visée. L'exposition était montrée ensemble avec un stand d'information touristique lors de la tournée effectuée par l'OPL à l'étranger, lors

de la visite d'Etat de SAR le Grand-Duc Henri aux Pays-Bas, dans des entreprises employant un taux élevé de non-luxembourgeois. L'exposition est également mise à disposition des partenaires de l'ONT.

*La nouvelle présentation power-point : une promotion professionnelle dynamique*

La nouvelle présentation a été réalisée spécialement par une agence de communication pour être utilisée lors de conférences de presse ou de réunions avec des tour-opérateurs à l'étranger et dans le cadre des missions économiques auxquelles participe l'ONT.

*Le Fleuron de Culture : un nouveau concept*

Le nouveau concept développé par l'ETI pour la présentation du patrimoine culturel a été appliqué avec succès. Ainsi, la brochure « Fleuron de Culture » a été subdivisée suivant les 4 thèmes phares définis par l'ETI : « Tipplesch Letzebuerg », « Creuset Européen », « Culture industrielle », « Events ». La même structure a été adoptée dans la rubrique « Culture » du site [www.visitluxembourg.lu](http://www.visitluxembourg.lu).

**Marchés traditionnels**

**Allemagne**

Les campagnes publicitaires réparties suivant les différentes clientèles-cibles ont présenté les accroches de 2006 dans des quotidiens renommés comme la « Frankfurter Allgemeine », tandis que les campagnes consacrées à la culture musicale (OPL, Philharmonie, festivals) ont été insérées aussi bien dans la presse générale (Der Spiegel), dans la presse de la Grande Région (Trierischer Volksfreund) que dans la presse spécialisée (Crescendo).

Ensemble avec « Luxembourg et Grande Région – Capitale Européenne de la Culture » et le LCTO, l'ONT a acquis de l'espace supplémentaire dans les catalogues de TUI et de Dertour..

L'« année culturelle 2007 » a suscité un intérêt sans précédent des médias allemands. A plusieurs reprises, le Ministère du Tourisme soutenait l'ONT dans la réalisation de projets d'envergure. Pratiquement toutes les grandes maisons d'édition ou chaînes TV ont participé à des voyages d'étude, dont l'ARD, le SWR, la FAZ, la Freizeitreue, GEO ou Merian. L'ONT a pu s'adresser ainsi à quelque 15 671 000 personnes à travers les médias. Citons parmi les émissions phares « Fahr mal hin » (SWR), « Welt à la carte » (NTV) ou « ARD-Bilderbuch ».

Le Ministère du Tourisme et l'ONT ont participé à 6 foires et salons en Allemagne (357 601 visiteurs). Les voyages d'étude pour tour-opérateurs et agents de voyages ont permis d'être présent dans 15 catalogues allemands.

Différentes actions de sensibilisation ont permis de compléter ces démarches de marketing. Ainsi, l'ONT a organisé une semaine luxembourgeoise à la « Königsallee » à Düsseldorf en collaboration avec le « House of Villeroy & Boch », respectivement était présent au Deutscher Wandertag à Prüm.

La conférence de presse organisée à Berlin lors du 15<sup>ième</sup> anniversaire de la ligne Berlin – Luxembourg a pu attirer une centaine de professionnels.

### **Belgique**

Sur ce marché de toute première importance, différentes actions ont été lancées. Les campagnes ont été lancées, entre autres, dans « Uit Magazine » (offre culturelle et gastronomique) ou « Touring Explorer » (ballades et visites culturelles). Cette campagne a été complétée par un tram bruxellois et des bus anversois arborant un message publicitaire sur le Grand-Duché touristique.

Le Luxembourg comme terre de festivals a été présenté dans le cadre d'une campagne de publicité collective dans des supports de qualité tels, le « Soir » ou « Crescendo ». Pour souligner la qualité de ce produit, l'ONT a pu recourir aux talents, de la jeune primée de la Biennale de Venise, Su Mei Tse, qui illustre les annonces de cette campagne.

11 grands médias belges ont participé à des voyages de presse comme par exemple les TV VRT et BRF ou les journaux « Het Laatste Nieuws », « De Standaard » ou « Touring ».

Un total de quelques 2 670 000 personnes a pu être touché grâce aux actions lancées dans les médias belges.

Le Luxembourg était représenté sur cinq foires professionnelles et grand-public (265 322 visiteurs) et a pu accueillir 29 agents de voyage. Ces efforts ont permis d'inscrire le Grand-Duché dans 10 catalogues de tour-opérateurs belges.

### **Pays-Bas**

Les campagnes publicitaires grand public étaient réalisées dans les journaux « Elsevier », « Reizen » et « Tros Kompas », tandis que le camping était promu dans « Kampeer & Caravan Kampioen ». Une annonce était placée dans le journal pour professionnels « Reisrevue ».

Parmi 13 médias accueillis par l'ONT, il faut relever le quotidien « De Telegraaf » et « GPD Dagbladen » qui est un groupe de 30 quotidiens, ou encore les revues de l'ANWB. Ces actions de relations publiques et de publicité ont permis de toucher au total 8 217 000 personnes de plus de 15 ans.

Ensemble avec le Ministère du Tourisme l'ONT était présent à la foire d'Utrecht (140 000 visiteurs). La participation au workshop d'ANTOR, la présence aux foires et l'intérêt médiatique suscité par la visite

d'Etat ont permis d'accueillir 11 agents de voyage, ce qui assurait au Luxembourg une représentation dans 12 catalogues néerlandais.

L'ONT a réussi à toucher le client sur son marché domestique et dans ses habitudes quotidiennes dans le cadre de la visite d'Etat de SAR le Grand-Duc aux Pays-Bas. L'Office a montré à cette occasion son exposition itinérante et celle du Service et Monuments, accompagnées d'un stand d'information, à la mairie de La Haye. L'inauguration de l'exposition fut suivie d'un déjeuner de presse à la résidence de l'Ambassadeur du Luxembourg.

### **France**

Les campagnes publicitaires en France étaient axées pour une grande partie sur l'arrivée du TGV (Le Point, TGV Magazine), servant d'accroche principale sur ce marché. D'autres thèmes étaient consacrées aux randonnées (Ballades en France) et aux festivals de musique (L'Est Républicain et Diapason).

Parmi les 15 médias qui ont répondu aux invitations de l'ONT, signalons la radio Europe 1 et les journaux La Voix du Nord, Telerama ou Geo. Au total un public de 4 779 000 personnes a pu être touché sur ce marché.

L'ONT et le Ministère du Tourisme étaient présents à 3 foires (113 261 visiteurs). Ces efforts ont permis de placer le Luxembourg dans 8 catalogues, dont Solotour, Bus et car, Access tourisme, etc..

Les responsables de Luxembourg et grande Région, capitale européenne de la culture et l'ONT ont su capter l'intérêt d'une dizaine de journalistes de la presse touristique-culturelle à l'occasion d'une conférence de presse organisée en commun dans la capitale de l'hexagone.

Afin de favoriser également le tourisme de proximité, l'ONT a signé une convention de coopération avec la « Maison du Luxembourg » ouverte en 2006 à Thionville.

### **Grande-Bretagne, Irlande et Scandinavie**

#### *Grande-Bretagne et Irlande*

Ensemble avec Luxair, l'ONT a participé à plusieurs road shows pour professionnels et journalistes organisés sur ce marché. Ici comme pour les autres marchés sur lesquels le Ministère du Tourisme entretient des représentations touristiques, la collaboration avec les responsables de ces agences a été intense et fructueuse.

Des journaux de renommée internationale ont suivi l'invitation de l'ONT et ont publié des articles. Parmi ces médias, citons « The Gardian » ou « The Independant » ou encore le « Sunday Mirror ». Un total de 2 338 000 personnes a pu être atteint par ces actions.

L'ONT était présent au WTM à Londres (48 612 visiteurs) et au salon de Dublin (55850 visiteurs). La participation à la TTG Roadshow s'est avérée comme très bénéfique. En tout, 34 tour-opérateurs ont été reçus lors de 3 voyages d'étude assurant une présence dans 26 catalogues de voyages.

#### *Scandinavie*

Aux salons de Copenhague (8 400 visiteurs) au Danemark et Göteborg (24 054 visiteurs) en Suède, l'ONT a pu renégocier la présence dans une demi-douzaine de catalogues.

Le service presse a accueilli des journalistes de 5 médias représentant un total de 1 147 000 lecteurs.

### **Europe centrale et Europe méridionale**

#### *Europe centrale*

L'ONT a participé à un salon professionnel à Prague (33.000 visiteurs), lui permettant d'accueillir par la suite 20 agents de voyage. Cette action permet d'asseoir le Luxembourg dans 4 catalogues de voyages, dont Lingua Tours de Prague ou BTI Hungary.

#### *Italie*

Les journalistes invités par Luxair et l'ONT ont permis de toucher un lectorat total de plus de 1 000 000 de personnes. Parmi les 12 journaux publiant des articles sur l'initiative de l'Office, le « Corriere della Sera » était le plus important avec un tirage total de 693 000 exemplaires. A noter que l'ONT a réussi à faire placer du rédactionnel dans pas moins de 9 magazines de voyages s'adressant aux professionnels du tourisme.

#### *Espagne*

Luxair, Luxembourg et grande région, capitale européenne de la culture et l'ONT ont joint leurs efforts pour toucher, sur ce marché, une douzaine de journalistes de médias touristique-culturels. Ces efforts ont été renforcés par la participation au salon professionnel Fitour à Madrid (85 000 visiteurs). Le magazine « De viajes » a réservé, à lui seul, un reportage de 8 pages sur l'offre touristique luxembourgeoise. Des contacts ont été établis avec la chaîne commerciale « Cortes Ingles » permettant de promouvoir le Grand-Duché dans un nombre élevé de magasins appartenant à cette société. Les relations établies avec différents membres de l'association de la presse touristique espagnole ont permis de bénéficier d'articles touchant quelque 500 000 consommateurs potentiels.

### **Marchés lointains**

Avec l'importance croissante réservée aux marchés lointains, et depuis que l'ONT participe de façon régulière aux missions économiques et visites d'Etat, les efforts du Ministère du Tourisme et de l'ONT visent à élargir la palette linguistique des prospectus d'appel. Ainsi, en 2006, une édition chinoise est

venue s'ajouter à celles de langues russe, japonaise, espagnole, italienne, néerlandaise, française, allemande et anglaise.

#### *Japon*

L'ONT a collaboré étroitement à la deuxième édition du guide Tabi Meijin, unique guide japonais consacré exclusivement au Luxembourg. D'autre part, l'ONT a escorté une équipe lors du tournage d'un film sur le scriptorium d'Echternach.

#### *Chine*

L'ONT a participé à la visite d'Etat de SAR le Grand-Duc Henri en Chine. Outre le contact établi avec une douzaine de tours-opérateurs à cette occasion, l'ONT a pu recueillir d'importantes informations sur ce marché et ses perspectives d'avenir.

L'ouverture partielle de ce marché a mené le comité de gérance de l'ONT à engager une réflexion approfondie, avec l'aide d'experts, sur les stratégies à adopter pour investir ce marché d'une façon plus systématique. A l'immédiat, le Luxembourg a pu être inclus dans plusieurs catalogues de voyages, dont ceux de Kuoni ou de Miki Travel.

#### *Etat-Unis*

Sur ce marché, les Offices nationaux de tourisme européens ont regroupé leurs efforts promotionnels au sein des activités de la European Travel Commission. Dans le cadre des campagnes organisées par l'ETC, plus de 300 spots TV ont été lancés sur la CBS. La brochure « Visit Europe » a été distribuée comme supplément aux plus grands quotidiens américains (« NY Times », « Washington Post », etc). L'ONT a, par ailleurs, pu profiter pleinement du nouvel portail touristique qu'offre l'ETC sous le domaine de [www.visiteurope.com](http://www.visiteurope.com).

Toujours dans le cadre des efforts de l'ETC, la représentation touristique de New-York a participé à plusieurs meetings importants avec la presse et les agents de voyages américains, dont le « Annual Transatlantic marketing summit ».

Les efforts promotionnels auprès des anciens émigrants luxembourgeois aux Etats-Unis ont été poursuivis dans le magazine « Luxembourg News of America ».

#### **Le marché indigène**

Les médias luxembourgeois se font régulièrement l'écho des communiqués de presse de l'ONT, assurant ainsi une contribution essentielle à la promotion du tourisme interne. D'autre part, les radios ARA, Socio-culturelle, Latina et RTL réservent à l'ONT des émissions fixes pour promouvoir des informations touristiques d'actualité.

### Agendalux.lu

Le tirage moyen d'Agendalux.lu s'élevait à 76.000 exemplaires par édition (72 respectivement 96 pages). Le VIP Club a connu le même succès que l'année précédente avec plus de 800 participants. Le VIP-Concours a même suscité plus de 2300 participants. 2372 nouveaux abonnés individuels se sont inscrits en 2006 au magazine imprimé. Le site internet [www.agendalux.lu](http://www.agendalux.lu) et sa newsletter hebdomadaire ont été entièrement refaits en 2006.

### La Journée Mondiale du Tourisme

Le 24 septembre l'ONT, ensemble avec 13 partenaires, organisait cette fête sous le patronage de l'Organisation Mondiale du Tourisme et du Ministère du Tourisme. Au total quelque 3 150 personnes ont participé aux différentes manifestations proposées sous le thème « Le tourisme comme source d'enrichissement ».

### Relais autoroutiers

La modernisation de la présentation touristique sur les stations service à Berchem et à Capellen s'est poursuivie. La combinaison panneaux, exposoirs, borne d'information et de réservation et présence physique lors des journées de grande affluence porte ses fruits. Quelque 290 000 brochures y ont été distribuées en 2006. Le public touché se recrute à 50% parmi les navetteurs transfrontaliers, très sensibles à l'offre culturelle et de loisirs, à 30% de personnes voyageant en transit et à 20% de passage local.

### Foires et autres actions promotionnelles

L'ONT participait à 3 foires : « Vakanz », « Salon des Migrations » et « Expogast » (83 000 visiteurs). La foire « Vakanz » compte la plus haute diffusion de prospectus par tête de visiteurs. L'ONT a encore lancé 8 actions promotionnelles pour sensibiliser les travailleurs étrangers employés dans des entreprises privées, respectivement au sein des institutions européennes. D'autres actions du genre se sont directement adressées à la population indigène (Beforter Duerffest, Allerlee vun heiheem, produits du terroir (Medernach).

### LuxembourgCard 2006

Proposant 65 attractions en plus de la gratuité des transports publics, la LuxembourgCard a connu une progression supplémentaire de 11% totalisant plus de 16 000 utilisateurs pour 33 000 visites.

### Les médias informatiques

Depuis la fin de l'an 2006, les visuels des deux sites nationaux [www.visitluxembourg.lu](http://www.visitluxembourg.lu) et [www.agendalux.lu](http://www.agendalux.lu) se soumettent à une même charte graphique, pour souligner davantage leur caractère complémentaire.

## Le Système National d'Information et de Réservation.

2006 était l'année du perfectionnement du Système National d'Information et de Réservation.

Ces efforts ont été reconnus par le « Benelux Award Qualité » en or pour les meilleurs sites internet décerné par la fondation néerlandaise KVD.

Parmi les adaptations réalisées en 2006, citons la rubrique « Pack Privilèges » permettant à chaque hôtelier de mettre directement en ligne ses propres offres forfaitaires.

En 2006, le site a été consulté par 2 379 216 visiteurs (737.253 visiteurs en 2005), ce qui correspond à 6 545 visites par jour. Le site est consulté en moyenne pendant une dizaine de minutes, les pages présentant en détail l'hébergement étant consultées le plus (310 000 visites). Le SNIRT assure la réservation soit par le biais des centrales de réservations, soit directement auprès de l'offrant.

En 2006, 28 377 personnes ont participé aux concours organisés sur le site.

Les téléchargements sont passés de 12.600 en 2005 à plus de 35.000 en 2006 entraînant une chute de 26% de la demande de brochures. Les demandes touristiques par courriel représentent près de 90% de la demande enregistrée à l'ONT.

### [www.agendalux.lu](http://www.agendalux.lu)

Le site [www.agendalux.lu](http://www.agendalux.lu) a été entièrement renouvelé en 2006. Associé aux projets Plurionet et luxembourgticket.lu, [www.agendalux.lu](http://www.agendalux.lu) offre désormais la réservation de spectacles, et vu l'implémentation au SNIRT, la réservation de forfaits hôteliers associés à un événement, respectivement d'un restaurant. La gamme de l'offre a été étendue à un public plus jeune, associant les discothèques, les cinémas, etc à la présentation.

### Les publications

810.000 prospectus de décision et 180.000 prospectus d'appel ont été réalisés, imprimés et distribués par l'ONT en 2006.

Il est à noter que la distribution du nombre de prospectus sur les aires autoroutières est passée de 173.500 en 2005 à 290.000 en 2006.

En 2006, le nouveau logiciel de stockage a permis de gérer de très près l'envoi des publications de l'ONT et de ses partenaires.

<b>Distribution 2006</b>	<b>Sites et attractions</b>	<b>Guides d'hébergement</b>	<b>Brochures thématiques</b>	<b>Carte touristique</b>
Tirage	286 000	199 000	110 000	206 000
Bureaux à l'étranger	63 930 (22.35%)	60 180 (30.24%)	10 820 (9.8%)	40 950 (19.88%)
Ambassades et consulats à l'étranger, agences de voyage, syndicats d'initiative et autres à l'étranger	7 383 (2.58%)	2 902 (1.46%)	4 622 (4.2%)	7 879 (3.82%)
S.I. partenaires touristiques et autres à Luxembourg	127 310 (44.51%)	55 423 (27.85%)	71 710 (65.2%)	93 512 (45.39%)
Foires et salons touristiques (ONT, Ministère du Tourisme, Camprilux)	18 260 (6.38%)	23 613 (11.87%)	13 586 (12.35%)	22 349 (10.85%)
Demandes spontanées, courrier, accueil, autoroutes	69 117 (24.17%)	56 882 (28.59%)	9 262 (8.42%)	41 310 (20.05%)

### **La collaboration**

Sous ce point, plusieurs collaborations sont à mettre en valeur. D'abord, celle au sein du Conseil d'administration et avec l'équipe de « Luxembourg et grande région, capitale européenne de la culture », puis celle engagée avec la philharmonie et l'OPL devenus membres de l'Office. La collaboration plus ancienne avec l'ABBL a connu un dynamisme nouveau dans le cadre d'une promotion accrue par le monde financier de la place bancaire.

En cooptant les dirigeants des CFL, ACL et Luxair au sein de son conseil d'Administration, nouvellement élu le 8 mars 2006, les responsables de l'Office ont souligné l'importance qu'ils accordent au secteur des transports des voyageurs et à la détermination de l'ONT de développer ces activités.

La participation à l'audit du Ministère du Tourisme sur les représentations touristiques à l'étranger et au séminaire organisé dans le cadre de cette enquête, a permis d'approfondir la coopération avec ces avant-postes du Ministère du Tourisme à l'étranger.

L'ONT a dirigé au sein de la Commission nationale du tourisme les groupes de travail relatifs à la mise en place d'un concept de qualité, respectivement de la définition de nouvelles structures du tourisme luxembourgeois. La commission « Qualité » a pu se mettre d'accord sur le label suisse et a évalué les expériences faites avec ce label par les responsables du tourisme de Rhénanie-Palatinat. Le second groupe de travail a défini avec précision les tâches des offices régionaux du tourisme à mettre en place, dressé le nouvel organigramme du tourisme luxembourgeois et a élaboré plusieurs modèles de financement de ce projet.

ANNEXE I : Tableaux statistiques / STATEC

**Arrivées et nuitées selon la catégorie d'hébergement (janvier à août)**

---

	2005	2006*	2006/05 (en%)
<b>Arrivées</b>			
Hôtels, auberges, pensions	467 511	470 000	0,5
Campings	166 218	155 000	-6,7
<b>Nuitées</b>			
Hôtels, auberges, pensions	922 227	912 000	-1,1
Campings	934 975	893 000	-4,5

---

Source STATEC

\*chiffres provisoires

**Arrivées et nuitées selon la catégorie d'hébergement (janvier à août)****Ville de Luxembourg**

---

	2 005	2006*	2006/05 en %
Hôtels, auberges, pensions			
Arrivées	236 649	244 000	3,1
Nuitées	454 500	462 000	1,7

---

Source STATEC

\*chiffres provisoires

ANNEXE II : Tableaux statistiques /Luxembourg City Tourist Office

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

	2006	2005	2004	Evol.en% 05/06	Evol.en% 04/05	Evol.en% 04/06
Information touristique	247 289	277 078	272 333	-10,75%	+1,74%	-9,20%
<i>Bureau d'accueil</i>	205 180	221 208	236 622	-7,25%	-6,51%	-13,29%
<i>luxembourg jackets</i>	41 122	55 870	35 711	-26,40%	+56,45%	+15,15%
2007	987					
Personnes guidées	213 800	239 400	214 480	-10,69%	+11,62%	-0,32%
Casemates (Bock+Pétrusse)	93 235	97 051	99 103	-3,93%	-2,07%	-5,92%
<b>Sous-Totaux</b>	<b>554 324</b>	<b>613 529</b>	<b>585 916</b>	<b>-9,65%</b>	<b>+4,71%</b>	<b>-5,39%</b>

LE BUREAU D'ACCUEIL A LA PLACE D'ARMES 2002-2006

nat.	mois	années	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	total	% du total	évol. en val. abs.
Allemands	2006	1 192	1 370	2 243	6 377	5 728	5 507	5 120	7 463	6 998	7 910	1 532	1 372	52 812	24,89%	-11,51%	
	2005	1 558	1 561	4 816	3 852	7 499	5 266	6 381	8 389	7 316	8 976	2 361	1 706	59 681	25,85%	-6,99%	
	2004	1 552	2 376	3 252	7 440	8 132	7 587	6 961	7 690	7 681	7 493	2 246	1 758	64 168	26,07%	-16,70%	
	2003	1 645	2 029	4 788	8 181	8 804	8 479	7 143	10 139	10 158	10 683	2 831	2 156	77 036	29,96%	+0,57%	
	2002	1 398	2 605	5 326	5 520	8 808	6 673	8 581	10 367	9 364	12 086	3 134	2 734	76 596	27,65%		
Belges	2006	332	305	478	831	695	672	839	650	518	309	333	250	6 212	2,93%	-23,69%	
	2005	418	435	554	750	843	879	811	1 057	989	509	385	511	8 141	3,53%	-1,03%	
	2004	315	508	868	717	708	512	948	644	1 024	701	678	603	8 226	3,34%	-8,05%	
	2003	447	512	915	888	874	531	863	1 105	754	700	666	691	8 946	3,48%	-29,77%	
	2002	725	950	913	983	1 120	744	2 254	1 484	824	900	831	1 011	12 739	4,60%		
Espagnols	2006	264	334	272	766	518	629	1 267	1 756	761	487	354	296	7 704	3,63%	-2,26%	
	2005	391	253	567	395	619	528	1 086	2 006	772	555	356	354	7 882	3,41%	-7,16%	
	2004	310	488	417	708	669	739	1 088	1 936	939	607	286	303	8 490	3,45%	-9,10%	
	2003	335	337	645	1 070	748	667	1 128	2 173	899	592	431	315	9 340	3,63%	-7,02%	
	2002	299	370	743	497	651	872	1 399	2 607	928	548	705	426	10 045	3,63%		
Français	2006	1 617	2 087	2 153	4 202	3 334	3 011	4 334	6 406	3 355	2 976	1 941	1 359	36 775	17,33%	-6,30%	
	2005	1 843	2 094	2 748	3 806	3 355	2 871	4 971	5 803	3 112	4 359	2 245	2 040	39 247	17,00%	-12,89%	
	2004	1 972	2 999	2 249	4 967	4 714	3 685	5 760	6 746	3 461	3 393	2 821	2 287	45 054	18,30%	-8,35%	
	2003	2 025	2 980	3 276	4 683	4 597	4 079	6 528	7 483	4 019	3 861	3 229	2 398	49 158	19,11%	+3,20%	
	2002	1 948	3 072	3 246	3 972	5 167	4 186	5 110	7 184	4 664	3 575	2 987	2 525	47 636	17,20%		
Anglais	2006	432	394	605	938	1 005	1 100	1 587	1 947	1 665	830	483	358	11 344	5,35%	-11,82%	
	2005	445	569	1 085	975	1 327	1 432	1 932	1 892	1 227	938	498	544	12 864	5,57%	-17,51%	
	2004	521	939	744	1 191	1 537	2 248	2 461	2 120	1 430	1 256	607	541	15 595	6,33%	-14,64%	
	2003	471	776	953	1 442	1 790	2 270	2 466	2 287	1 993	1 947	1 005	869	18 269	7,10%	+0,27%	
	2002	582	742	1 310	1 223	1 401	2 253	2 665	2 910	1 573	1 342	1 159	1 059	18 219	6,58%		
Italiens	2006	153	99	129	314	223	259	395	854	261	127	116	80	3 010	1,42%	-2,11%	
	2005	126	89	178	263	167	325	384	813	229	227	179	95	3 075	1,33%	-16,35%	
	2004	145	108	202	413	349	325	549	925	208	165	155	132	3 676	1,49%	+7,58%	
	2003	117	150	195	343	308	227	394	971	215	180	193	124	3 417	1,33%	-22,04%	
	2002	110	127	240	359	320	420	465	1 624	240	184	141	153	4 383	1,58%		
luxembourgeois	2006	1578	1336	2118	2143	2 154	2511	2 488	2622	1793	2016	1556	1371	23 686	11,16%	-17,61%	
	2005	1 573	1 565	2 498	2 827	1 950	2 423	3 227	3 818	2 709	2 324	1 916	1 917	28 747	12,45%	+1,83%	
	2004	1 374	1 604	2 368	2 999	2 912	2 476	3 801	3 124	2 162	2 323	1 992	1 094	28 229	11,47%	+19,04%	
	2003	1 250	1 254	1 740	2 337	2 651	2 598	3 276	2 642	1 781	1 656	1 279	1 250	23 714	9,22%	-7,04%	
	2002	1 116	1 016	1 757	2 899	2 674	2 657	3 209	2 865	1 884	1 690	1 782	1 961	25 510	9,21%		
Néerlandais	2006	400	684	561	1297	2 083	1474	3 345	5633	1807	1644	489	538	19 955	9,40%	-2,74%	
	2005	474	670	822	858	2 540	1 377	4 397	5 177	1 835	1 432	502	433	20 517	8,89%	-6,03%	
	2004	327	897	658	1 589	2 511	1 698	4 494	5 145	1 827	1 531	552	604	21 833	8,87%	+4,82%	
	2003	447	626	1 109	1 678	2 160	1 525	4 765	3 985	1 694	1 515	597	728	20 829	8,10%	-11,29%	
	2002	438	1 012	1 038	1 275	2 303	1 687	5 246	5 437	1 788	1 752	680	824	23 480	8,48%		
scandinaves	2006	83	104	109	174	183	193	243	95	278	144	94	53	1 753	0,83%	-13,73%	
	2005	46	95	129	100	158	183	461	166	351	195	79	69	2 032	0,88%	+11,83%	
	2004	79	88	116	209	183	202	238	182	250	152	62	56	1 817	0,74%	-1,30%	
	2003	39	74	110	176	232	365	352	178	61	106	116	32	1 841	0,72%	+17,71%	
	2002	69	94	127	120	149	242	302	78	68	166	121	28	1 564	0,56%		
pays de l'est	2006	549	249	366	1442	1 240	819	1 148	1224	830	610	216	127	8 820	4,16%	-1,32%	
	2005	528	243	667	849	1 167	704	993	1 193	1 049	885	415	245	8 938	3,87%	+13,63%	
	2004	256	265	550	979	1 084	664	892	1 101	759	640	383	293	7 866	3,20%	+9,22%	
	2003	443	287	478	647	1 231	643	650	991	564	592	387	289	7 202	2,80%	-11,16%	
	2002	411	272	435	813	1 166	849	914	870	748	788	527	314	8 107	2,93%		
pays d'asie	2006	318	303	515	2727	1 509	751	821	950	672	548	298	240	9 652	4,55%	+3,89%	
	2005	329	436	585	1 509	1 448	683	862	1 177	675	692	471	424	9 291	4,02%	-12,80%	
	2004	398	639	591	2 297	1 664	835	981	1 139	633	627	363	488	10 655	4,33%	+13,54%	
	2003	435	477	805	1 503	838	700	772	1 139	852	728	596	539	9 384	3,65%	-24,29%	
	2002	377	529	922	1 887	1 984	1 118	1 008	1 361	995	937	656	620	12 394	4,47%		
Américains	2006	394	313	572	965	1 437	1204	1 187	845	829	728	379	275	9 128	4,30%	-12,15%	
	2005	622	386	663	876	1 283	935	1 310	877	1 326	1 108	623	381	10 390	4,50%	+2,38%	
	2004	484	437	553	1 319	1 064	997	1 140	1 041	1 122	685	698	608	10 148	4,12%	+0,53%	
	2003	580	518	740	863	979	948	1 738	1 420	777	644	561	327	10 095	3,93%	-29,46%	
	2002	618	598	960	1 114	2 083	1 626	1 576	1 637	1 609	1 287	624	579	14 311	5,17%		
Divers	2006	1046	1023	1133	2435	1 817	2247	2 786	3247	1976	1865	1073	685	21 333	10,05%	+6,08%	
	2005	828	1 028	1 085	1 596	2 054	2 146	2 526	2 747	2 189	1 835	1 088	989	20 111	8,71%	-1,50%	
	2004	838	959	1 645	2 240	2 229	2 026	3 339	2 381	1 641	1 363	971	785	20 417	8,29%	+13,80%	
	2003	700	810	1 128	1 476	1 535	1 665	2 495	3 410	1 620	1 308	978	816	17 941	6,98%	-18,52%	
	2002	953	1 195	1 652	2 032	1 958	1 877	2 981	3 433	1 886	1 639	1 529	884	22 019	7,95%		
															<b>TOTAL</b>	<b>% du total</b>	
Totaux	2006	8 358	8 601	11 254	24 611	21 926	20 377	25 560	33 692	21 743	20 194	8 864	7 004	212 184	100,00%	-8,11%	
	2005	9 181	9 424	16 397	18 656	24 410	19 752	29 341	35 115	23 779	24 035	11 118	9 708	230 916	100,00%	-6,20%	
	2004	8 571	12 307	14 213	27 068	27 756	23 994	32 652	34 174	23 137	20 936	11 814	9 552	246 174	100,00%	-4,28%	
	2003	8 934	10 830	16 882	25 287	26 747	24 697	32 570	37 923	25 387	24 512	12 869	10 534	257 172	100,00%	-7,16%	
	2002	9 044	12 582	18 669	22 694	29 784	25 204	35 710	41 857	26 571	26 894	14 876	13 118				

Tableau comparatif du nombre des visiteurs des casemates de 2001 à 2006

BOCK	2006	2005	2004	2003	2002	2001
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	564 p	231 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	3 732 p	6 895 p	4 933 p	5 549 p	6 181 p	4 401 p
A	9 122 p	6 894 p	9 289 p	9 064 p	7 804 p	8 523 p
M	10 383 p	12 623 p	12 078 p	10 811 p	12 956 p	10 675 p
J	9 053 p	8 742 p	9 690 p	9 869 p	9 151 p	10 557 p
J	14 018 p	14 217 p	15 051 p	16 230 p	17 380 p	12 116 p
A	16 159 p	15 455 p	16 399 p	15 524 p	18 291 p	13 788 p
S	9 136 p	8 895 p	9 114 p	8 920 p	9 160 p	8 671 p
O	7 299 p	10 465 p	10 389 p	11 364 p	10 236 p	8 314 p
N	1 267 p	1 232 p	342 p	689 p	802 p	0 p
D	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
<b>TOTAL</b>	<b>80 733 p</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>

PETRUSSE	2006	2005	2004	2003	2002	2001
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	0 p	634 p	0 p	0 p	496 p	0 p
A	1 143 p	375 p	1 009 p	859 p	438 p	800 p
M	0 p	873 p	467 p	227 p	654 p	0 p
J	1 112 p	414 p	1 157 p	870 p	522 p	875 p
J	3 613 p	3 086 p	3 591 p	2 763 p	3 996 p	2 846 p
A	5 304 p	4 795 p	4 773 p	4 056 p	4 348 p	2 854 p
S	1 330 p	855 p	821 p	1 357 p	1 384 p	686 p
O	0 p	370 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>12 502 p</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>

BOCK+PETRUSSE	2006	2005	2004	2003	2002	2001
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	564 p	231 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	3 732 p	7 529 p	4 933 p	5 549 p	6 677 p	4 401 p
A	10 265 p	7 269 p	10 298 p	9 923 p	8 242 p	9 323 p
M	10 383 p	13 496 p	12 545 p	11 038 p	13 610 p	10 675 p
J	10 165 p	9 156 p	10 847 p	10 739 p	9 673 p	11 432 p
J	17 631 p	17 303 p	18 642 p	18 993 p	21 376 p	14 962 p
A	21 463 p	20 250 p	21 172 p	19 580 p	22 639 p	16 642 p
S	10 466 p	9 750 p	9 935 p	10 277 p	10 544 p	9 357 p
O	7 299 p	10 835 p	10 389 p	11 364 p	10 236 p	8 314 p
N	1 267 p	1 232 p	342 p	689 p	802 p	0 p
D	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
<b>TOTAL</b>	<b>93 235 p</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>

**Tableaux comparatifs du nombre de guides mis mensuellement à disposition par le LCTO de 2001 à 2006 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>2006</b>	<b>2005</b>	<b>2004</b>	<b>2 003</b>	<b>2 002</b>	<b>2 001</b>
<b>J</b>	81 guid	87 guid	82 guid	67 guid	70 guid	76 guid
<b>F</b>	76 guid	103 guid	95 guid	89 guid	109 guid	76 guid
<b>M</b>	222 guid	290 guid	249 guid	255 guid	250 guid	239 guid
<b>A</b>	516 guid	636 guid	495 guid	378 guid	545 guid	443 guid
<b>M</b>	739 guid	835 guid	752 guid	709 guid	846 guid	783 guid
<b>J</b>	643 guid	795 guid	704 guid	704 guid	756 guid	668 guid
<b>J</b>	679 guid	687 guid	633 guid	709 guid	601 guid	566 guid
<b>A</b>	749 guid	801 guid	694 guid	742 guid	796 guid	749 guid
<b>S</b>	859 guid	868 guid	869 guid	910 guid	849 guid	826 guid
<b>O</b>	578 guid	655 guid	571 guid	620 guid	590 guid	554 guid
<b>N</b>	203 guid	228 guid	218 guid	236 guid	218 guid	218 guid
<b>D</b>	174 guid	173 guid	151 guid	149 guid	151 guid	146 guid
<b>TOTAL</b>	<b>5 519 guid</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>nbre de pers.</b>	<b>2006</b>	<b>2005</b>	<b>2004</b>	<b>2 003</b>	<b>2 002</b>	<b>2 001</b>
<b>J</b>	3 240 p	3 480 p	3 280 p	2 680 p	2 800 p	3 040 p
<b>F</b>	3 040 p	4 120 p	3 800 p	3 560 p	4 360 p	3 040 p
<b>M</b>	8 880 p	11 600 p	9 960 p	10 200 p	10 000 p	9 560 p
<b>A</b>	20 640 p	25 440 p	19 800 p	15 120 p	21 800 p	17 720 p
<b>M</b>	29 560 p	33 400 p	30 080 p	28 360 p	33 840 p	31 320 p
<b>J</b>	25 720 p	31 800 p	28 160 p	28 160 p	30 240 p	26 720 p
<b>J</b>	27 160 p	27 480 p	25 320 p	28 360 p	24 040 p	22 640 p
<b>A</b>	29 960 p	32 040 p	27 760 p	29 680 p	31 840 p	29 960 p
<b>S</b>	34 360 p	34 720 p	34 760 p	36 400 p	33 960 p	33 040 p
<b>O</b>	23 120 p	26 200 p	22 840 p	24 800 p	23 600 p	22 160 p
<b>N</b>	8 120 p	9 120 p	8 720 p	9 440 p	8 720 p	8 720 p
<b>D</b>	6 960 p	6 920 p	6 040 p	5 960 p	6 040 p	5 840 p
<b>TOTAL</b>	<b>220 760 p</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>