

DEPARTEMENT DU TOURISME

Table des matières

I	SAISON TOURISTIQUE 2009	1
II	HUITIEME PROGRAMME QUINQUENNAL 2008 - 2012	
	1) Généralités	2
	2) Infrastructures touristiques à réaliser par les communes et les syndicats d'initiative	3
	3) Hôtellerie	9
	4) Gîtes ruraux, et mise en valeur touristique du patrimoine culturel: projets réalisés par des particuliers	10
	5) Camping	10
	6) Investisseurs privés	12
III	LA COMMISSION NATIONALE DU TOURISME	
	1) Structures et Finances du tourisme luxembourgeois : création des Offices Régionaux de Tourisme	13
	2) Nouvelle législation concernant les fiches d'hébergement	14
IV	CERTIFICATIONS DANS LE DOMAINE DU TOURISME	
	1) Classification Benelux	15
	2) Ecolabel	15
	3) Q-label	17
	4) Bureaux reconnus	19
V	SENTIERS TOURISTIQUES ET PISTES CYCLABLES	
	1) Sentiers touristiques	21
	2) Pistes cyclables	23
	3) VTT et Nordic Walking	28
VI	CONCOURS "Schéin Dierfer a Stied"	30
VII	TOURISME DE CONGRES	31
VIII	RELATIONS INTERNATIONALES ET COOPERATION TRANSFRONTALIERE	34
IX	ACTIONS PROMOTIONNELLES DU MINISTERE DU TOURISME	
	1) Le périodique du Ministère du Tourisme : INSIDER	36
	2) Publicité par le biais des réseaux de distribution traditionnels	36
	3) Médias électroniques/informatiques	38
	4) Actions promotionnelles par le biais des représentations touristiques à l'étranger	39
	5) Participation aux foires et salons touristiques	45
X	ANIMATION TOURISTIQUE	47
XI	ACTIVITES PROMOTIONNELLES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME EN 2009	49
	ANNEXE I Tableaux statistiques/STATEC	59
	ANNEXE II Tableaux statistiques/Syndicat d'Initiative de la Ville de Luxembourg	61

I. SAISON TOURISTIQUE 2009

Le bilan de l'année touristique 2009 a été pour le moins mitigé.

Au niveau international, la tendance négative constatée à partir de la fin 2008 s'est accentuée au courant de l'année, ce à quoi sont venus s'ajouter, pour certaines régions du globe, les effets négatifs de l'épidémie de grippe A(H1N1).

L'Organisation Mondiale du Tourisme fait état d'une régression de quelque 7% par rapport à l'année précédente au niveau des arrivées.

Cette évolution défavorable a encore été accentuée par la tendance des consommateurs à moins dépenser, à rester plus près de leur résidence et à s'absenter moins longtemps.

Alors qu'au Luxembourg les baisses les plus significatives ont dû être constatées dans l'hôtellerie, le secteur du camping a su afficher des résultats nettement plus satisfaisants par rapport à l'année précédente.

Les secteurs des locations, gîtes ruraux et auberges de jeunesse ont enregistré un léger recul au niveau national, avec toutefois des résultats très divergents entre les prestataires individuels.

Si, dans cette conjoncture peu reluisante, le tourisme luxembourgeois a réussi - une fois de plus - à tirer son épingle du jeu, il le doit à plusieurs facteurs, mais surtout au fait que notre pays se profile 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.

Parallèlement, il s'avère que le tourisme interne, c'est-à-dire le tourisme des Luxembourgeois et des résidents luxembourgeois à l'intérieur de nos frontières, est en passe de prendre une dimension nouvelle. On peut affirmer que voyager constitue un besoin fondamental de la population luxembourgeoise : 83% des résidents luxembourgeois de 15 ans et plus ont effectué en 2009 près de 1,2 millions de voyages, soit 8,7 millions de nuitées. Or, une partie non négligeable de ces arrivées et nuitées s'effectue chaque année à l'intérieur du Grand-Duché, plaçant la clientèle luxembourgeoise au 5^e rang selon les pays de provenance des hôtes.

Nous avons la ferme intention de promouvoir à l'avenir encore davantage le tourisme domestique, en encourageant les personnes qui y vivent à profiter de cette offre touristique si riche, encore trop souvent trop peu connue.

II. HUITIEME PROGRAMME QUINQUENNAL 2008 - 2012

1) Généralités

La loi du 11 mars 2008 autorise le Gouvernement à subventionner l'exécution d'un huitième programme quinquennal de l'infrastructure touristique. Doté d'une enveloppe de 50'296'000 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 structures d'accueil et d'information 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;

- la mise en œuvre de programmes de certification de la qualité de service, reconnus par le Ministre du Tourisme et sanctionnés par l'attribution d'un label.

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 avait été établi comme suit:

Communes de

Beaufort	aménagement d'une infrastructure touristique "Indoor" modernisation et extension de l'auberge de jeunesse
Berdorf	Centre récréatif Maartbesch: modernisation des installations sports-loisirs et création d'un centre d'escalade
Bourscheid	revalorisation du château
Diekirch	réaménagement et modernisation du Musée Militaire modernisation de la piscine
Echternach	aménagement d'une aire de stationnement pour camping-cars réaménagement et embellissement du centre aménagement du centre récréatif et de loisirs avec construction d'une auberge de jeunesse
Esch/Sûre	construction d'un parking couvert revalorisation du centre mise en valeur du château féodal
Grevenmacher	modernisation de la piscine en plein air construction d'un nouveau quai d'accostage
Hosingen	construction d'une piscine au parc Hosingen (SISPOLO)
Luxembourg	réalisation d'un plan lumière modernisation de l'auberge de jeunesse
Mertert	remise en valeur du centre de loisirs à Wasserbillig
Remich	réaménagement de l'esplanade et du centre de Remich aménagement d'une aire de stationnement pour campings cars réaménagement et modernisation de la piscine construction d'un nouveau quai d'accostage à Remich
Rosport	aménagement du Musée Tudor

Rumelange	réaménagement et extension du Musée des Mines
Schengen	amélioration des infrastructures dans la zone de récréation et de sports à Remerschen
Vianden	réaménagement et embellissement du noyau historique construction d'un parking couvert modernisation et réaménagement de la piscine en plein air modernisation du télésiège
Waldbillig	construction d'un centre d'accueil au Müllerthal
Wellenstein	mise en valeur des musées
Wincrange	aménagement des anciennes ardoisières à Asselborn
Wormeldange	aménagement d'une zone de récréation et de loisirs à Ehnen
diverses communes	construction d'une piscine ludique dans l'est du pays
diverses communes	construction d'une nouvelle auberge de jeunesse dans le sud du pays
diverses communes	pistes cyclables et aménagements annexes
diverses communes	sentiers pédestres et aménagements annexes
diverses communes	embellissement touristique
diverses communes	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.:

AMTF	restauration du parc ferroviaire
APEMH	modernisation des infrastructures au Parc Merveilleux à Bettembourg
Beaufort	modernisation de la piscine modernisation et mise en conformité de la patinoire
Binsfeld	modernisation et mise en conformité du musée
Entente Moselle	acquisition d'un nouveau bateau pour passagers
Munshausen	modernisation et extension du domaine touristique
Wiltz	aménagement d'un musée national d'art brasicole
divers syndicats et autres asbl	sentiers pédestres et aménagements annexes
divers syndicats et autres asbl	embellissement touristique
divers syndicats et autres asbl	aménagement d'infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des touristes et équipements de sports-loisirs

Tableau des montants alloués aux communes et ententes de communes au cours de l'exercice 2009

(liste arrêtée au 20 janvier 2010)

communes	objet	subventions allouées (en Euro)
Beaufort	Infrastructure routière	37'529,16
Beaufort	Amphithéâtre	7'500,00
Berdorf	Réaménagement aire de jeux « Maartbësch »	25'000,00
Diekirch	Musée Militaire	113'842,00
Echternach	Amélioration infrastructures centre récréatif	18'471,94
Ell	Eclairage de style	6'457,87
Esch-sur-Sûre	Enseignes décoratives	2'600,00
	Réaménagement du centre	59'250,00
	Rénovation statue Ste Marie	2'500,00
Heiderscheid	Eclairage de style	11'580,00
Hosingen	Eclairage de style	17'056,86
	Aménagement piste cyclable réseau national	20'439,10
	Aménagement piste cyclable réseau national	9'909,15
Kiischpelt	Aménagement piste cyclable réseau national	9'909,15
Mersch	Piscine « Krounebiërg »	497'900,00
Mertert	Infrastructure routière	8'650,00
Neunhausen	Eclairage de style	2'125,00
Préizerdaul	Eclairage de style	5'500,00
Pütscheid	Eclairage de style	1'375,00
	Aménagement piste cyclable réseau national	228'993,25
	Infrastructure communale	12'394,69
Rédange	Eclairage de style	2'478,94
	Aménagement place pour camping cars	5'667,00
	Piscine	788'000,00
Rosport	Aménagement Musée Tudor	190'000,00
Saeul	Remise en état du lavoir	1'250,00
Troisvierges	Remise en état terrain de tennis	16'030,00
Vianden	Audio-guides	13'137,50
	Enseignes décoratives	2'100,00
Waldbillig	Moulin du Mullerthal	250'000,00
Wellenstein	Aménagement place publique	7.875,00
	Total	2'365'612,46

Tableau synoptique demandes AC

a) répartition par projets :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 2008-2009
Infrastructure communale	17	3'989'431,23	350'604,58	153'266,69
Infrastructure routière	22	6'644'084,27	1'207'291,36	76'374,16
Piste cyclable	21	12'412'382,32	5'145'578,91	259'341,50
Plantations	0	0,00	0,00	0,00
Sentier touristique	8	503'645,35	89'025,00	0,00
Eclairage de style	42	1'027'108,25	156'325,35	48'028,67
Patrimoine culturel	5	488'475,79	83'744,68	16'245,00
Accueil	11	5'384'484,05	1'058'275,26	353'472,50
Scouts/Chalets/Gîte	1	6'500,00	3'250	0,00
Camping	0	0,00	0,00	0,00
Centre récréatif/Parc/Sports	18	9'417'726,15	3'065'949,08	174'001,02
Navigation touristique	4	3'444'941,90	1'353'698,47	0,00
Enseignes décoratives	3	211'942,01	38'442,42	4'600,00
Musée	8	3'969'485,73	781'157,35	348'842,00
Auberge de jeunesse	2	19'286'805,74	6'953'585,75	0,00
Piscine	7	22'472'866,59	3'781'670,69	1'285'900,00
Total	169	89'259'879,39	24'077'598,92	2'720'071,54

b) répartition par région touristique :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq 2008-2009
Bon Pays	33	27'149'800,15	7'243'929,55	531'648,50
Ardennes	59	26'962'922,30	5'679'886,73	513'667,86
Mullerthal	44	15'149'823,99	6'034'614,45	812'310,18
Moselle	32	19'997'332,95	5'119'168,19	862'445,00
Sud	1	0,00	0,00	0,00
Total	169	89'259'879,39	24'077'598,92	2'720'071,54

Au total le Ministère du Tourisme a traité 169 dossiers dans le cadre du 8^e programme quinquennal ayant reçu un suivi. A noter que 109 dossiers avaient été reportés du 7^e au 8^e programme quinquennal.

Les 169 projets totalisent un investissement éligible de 89'259'879,39 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison d'un montant de 24'077'598,92 €. Au total 2'720'071,54 € ont déjà été liquidés en faveur des différentes communes et syndicats de communes pour les projets réalisés ou en cours de réalisation.

Au cours de l'année 2009, 25 nouveaux projets ont été présentés par les communes et les syndicats de communes, dont 23 ont été retenus.

Tableau des montants alloués aux syndicats d'initiative, ententes de syndicats d'initiative et autres associations sans but lucratif au cours de l'exercice 2009

(liste arrêtée au 20 janvier 2010)

SI ou autre asbl	objet	subventions allouées (en Euro)
A.M.T.F.	Infrastructure « Train 1900 »	16'269,00
APEMH	Parc Merveilleux	405'077,85
Berdorf	Acquisition équipement informatique	2'069,48
Consdorf	Equipement pour le bureau d'accueil	3'140,00
	Acquisition équipement informatique	574,72
Parc naturel germano-luxembourgeois	Projet « Extratouren »	2'790,92
Entente touristique de la Moselle	Acquisition bateau pour passagers	1'276'512,00
	Equipement pour le bureau d'accueil	7'996,00
	Acquisition équipement informatique	1'277,50
Erpeldange	Réalisation site Internet	2'590,00
Ettelbruck	Aménagement bureau d'accueil	2'666,00
	Acquisition équipement informatique	1'636,90
Interesseveräin Lamadelaine	Acquisition équipements pour l'entretien des sentiers	7'500,00
LCTO	Aménagement bureau d'accueil	1'756,80
Mondorf	Infrastructure de loisirs	4'706,85
Munshausen	Domaine touristique	330'459,60
Munshausen	Projet « Chevaux de trait ardennais »	29'096,80
MNM	Equipement informatique	4'489,05
ONT	Equipement informatique	43'372,78
Remich	Infrastructure de loisirs	81'116,53
Rosport	Equipement informatique	1'074,44
Tennis Club Echternach	Reconstruction Club House	3'000,00
Vianden	« Adventure parc »	21'091,82
Wiltz	Aménagement bureau d'accueil	3'680,00
	Total :	2'253'945,04

Tableau synoptique demandes SI et autres asbl

a) répartition par projets :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 2008-2009
Gîte rural	1	348'661,21	139'464,48	0,00
Gîte d'étape	0	0,00	0,00	0,00
Chalet	0	0,00	0,00	0,00
Auberge de Jeunesse	0	0,00	0,00	0,00
Infrastructure	11	6'717'756,58	3'082'514,29	1'190'749,99
Musée	1	268'565,00	107'450,00	1'272,80
Aire de distraction	0	0,00	0,00	0,00
Informatique	26	487'678,71	400'731,18	91'948,03
Camping	1	1'833'594,23	870'650,00	0,00
Piscine	0	0,00	0,00	0,00
Patinoire	1	104'686,68	49'850,00	25'667,40
Illumination	0	0,00	0,00	0,00
Equipement	2	4'004'000,00	1'603'140	1'284'012,00
Loisirs	10	398'600,63	134'396,35	114'960,30
Bureau d'accueil	9	76'024,74	29'913,06	29'885,78
Promotion	0	0,00	0,00	0,00
Total	62	14'239'567,78	6'418'109,36	2'738'496,30

b) répartition par région touristique :

SI	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 2008-2009
Bon Pays	12	2'737'775,87	1'451'719,98	55'629,58
Ardenes	22	2'791'312,42	1'448'801,53	796'749,85
Müllerthal	11	1'200'481,37	241'944,16	46'538,07
Moselle	10	4'412'774,44	1'727'071,35	1'379'763,38
Sud	7	3'097'223,68	1'548'572,34	459'815,42
Total	62	14'239'567,78	6'418'109,36	2'738'496,30

Au total le Ministère du Tourisme a traité 62 dossiers dans le cadre du 8^e programme quinquennal ayant reçu un suivi. A noter que 11 dossiers avaient été reportés du 7^e au 8^e programme quinquennal.

Les 62 projets totalisent un investissement éligible de 14'239'567,78 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison d'un montant de 6'418'109,36 €. Au total 2'738'496,30 € 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.

En 2009, les 32 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.

3) Hôtellerie

Le 8^e programme quinquennal (2008-2012) 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 8^e programme quinquennal, sont subventionnables jusqu'à concurrence d'un plafond de 1,90 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 10% 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 15% 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 destinées à l'hôtellerie.

c) Une subvention maximum de 15% 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 destinées à l'hôtellerie.

Les taux de subvention susmentionnés 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 ne puisse dépasser 15% du montant total des investissements.

Les projets visant la mise en œuvre de programmes de certification de la qualité de service peuvent bénéficier d'une subvention de 15%.

La première tranche (2008) du 8^e programme quinquennal (1.246.207,03 €) a été répartie entre 18 bénéficiaires.

La deuxième tranche (2009) du 8^e programme quinquennal (2.069.078,39 €) a été répartie entre 25 bénéficiaires.

865.840,00 € ont été investis dans la construction d'établissements d'hébergement nouveaux, tandis que 1.203.238,39 € 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 huitième programme quinquennal (2008-2012), un taux de subvention de 15% 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 existant, 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 2008, 10.348,69 € ont été répartis entre 4 investisseurs privés pour l'aménagement de gîtes ruraux.

Pour l'exercice 2009, 22.829,70 € ont été répartis entre 3 investisseurs privés pour l'aménagement de gîtes ruraux.

5) Camping

En 2009, 102 terrains de campings ont été recensés, avec une capacité de 12.674 emplacements. La répartition des camps dans les différentes catégories est résumée dans le tableau ci-dessous.

En première catégorie, nous comptons actuellement 83 campings avec une capacité de 11.857 emplacements, en deuxième catégorie, 12 campings avec une capacité de 626 emplacements, et en troisième catégorie, 7 campings avec une capacité de 191 emplacements.

Capacité camping en 2009 :

	terrains de camping nombre	%	emplacements nombre	%	nombre moyen d'emplacements
Catégorie I	83	81,38	11.857	93,55	142,86
Catégorie II	12	11,76	626	4,84	52,17
Catégorie III	7	6,86	191	1,51	27,29
Total	102	100,00	12.674	100,00	

Nombre total de campeurs pouvant être hébergés par nuitée : 38.022

Catégorie I	:	35.571
Catégorie II	:	1.878
Catégorie III	:	573

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 72.946,88 € en 2008 et à 223.970,99 € en 2009.

En 2009, la Commission Spéciale « Campings » a avisé 25 dossiers présentant des investissements pour un montant total de 2.305.940,27 €.

Le 8^e 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 était proportionnel à ce taux.

De plus, parmi les emplacements de passage, 25% au maximum des emplacements calculés sur la capacité totale du camping peuvent être destinés à l'hébergement locatif.

Depuis 2003, ce calcul s'est effectué 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 roulotte 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 1^{er} novembre et le 1^{er} 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 les 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 ainsi que pour les investissements effectués dans l'intérêt d'une utilisation rationnelle des ressources naturelles et pour les investissements spécialement effectués dans l'intérêt des personnes à mobilité réduite ;
- 15% pour les travaux de modernisation ou d'extension de l'équipement sanitaire et pour la création, l'extension ou l'amélioration d'équipement de loisirs ;
- 10% pour tous les autres travaux de modernisation et de rationalisation ;
- 10% pour l'aménagement d'emplacements destinés à l'hébergement local ;
- 15% pour la mise en œuvre de programmes de certification de la qualité de service, reconnus par le Ministère du Tourisme et sanctionnés par l'attribution d'un label.

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 8^e programme quinquennal (2008-2012) prévoit pour les projets d'équipement de l'infrastructure touristique à caractère régional un taux de subvention de 15% du coût total des investissements n'excédant pas 2,9 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 20% du coût des investissements éligibles n'excédant pas 2,9 millions d'euros peuvent être accordées, sans pour autant que le taux de subvention ne puisse dépasser 15% du coût total des investissements.

Pour les investissements éligibles supérieurs à 2,9 millions, des subventions en intérêt ne dépassant pas 4% peuvent, en plus, être accordées, pour une période 10 ans, sur des prêts d'un montant qui représente au maximum la différence entre 2,9 millions et le coût total de l'investissement, sans pour autant que le taux de subvention ne puisse dépasser 15% du coût total des investissements.

Pour l'exercice 2009, une subvention de 6.187,80 € a été allouée à 1 bénéficiaire.

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 :

1) Structures et Finances du tourisme luxembourgeois : création des Offices Régionaux de Tourisme

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 confiée 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.

Depuis la création fin 2007 des deux premiers ORT (ORT des Ardennes luxembourgeoises et l'ORT de la Région du Mullerthal – Petite suisse luxembourgeoise), l'année 2008 a été mise à profit pour réaliser une vaste étude des forces et faiblesses de ces deux régions. Parallèlement, il a été procédé à l'embauche des deux gérants. Le Ministère du Tourisme a participé, ensemble avec les futurs gérants des ORT et les principaux acteurs touristiques des régions, à un vaste workshop axé sur différents thèmes issus de l'analyse. La résultante de ces travaux est un « Masterplan » servant de guide aux actions prioritaires à mettre en place. Ce plan d'action a été réalisé en fin d'année et se traduira en actions dès 2009.

Fin 2009, les travaux préparatoires ont été entamés pour analyser l'opportunité de la mise en place d'un Office Régional du Tourisme dans la région de la Moselle luxembourgeoise.

2) 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.

La nouvelle loi du 8 juillet 2008 innove en ce sens qu'elle 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. Elle 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.

Actuellement le Centre des technologies de l'Etat et le Service e-Luxembourg sont chargés de l'application technique du système, qui devrait être opérationnel d'ici juillet 2010.

IV. CERTIFICATIONS DANS LE DOMAINE DU TOURISME

1) Classification Benelux

Le Ministère du Tourisme applique depuis un certain nombre d'années la nouvelle recommandation concernant la classification hôtelière BENELUX.

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 :	56
catégorie 3 étoiles :	99
catégorie 2 étoiles :	27
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 :	19
catégorie 3 étoiles :	11
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, en 2006 et en 2008.

Le Ministère du Tourisme est titulaire de la marque déposée « Ecolabel », dont l'attribution est valable pendant trois ans.

Ainsi, en 2009, 11 établissements classés Eco-label ont posé leur candidature pour une prolongation de la certification Ecolabel. 13 établissements ont obtenu le label pour la première fois.

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

Campings :	12
Gîtes ruraux :	5
Hôtels :	17
Auberges de Jeunesse :	4

3) Q-LABEL

« Quality management » et classification

L'année 2009 a vu se clôturer la 3^e année du programme de certification de la qualité pour l'industrie touristique. En effet, conscient de l'importance de la qualité du service dans l'industrie touristique, le Ministère du Tourisme avait inscrit au budget 2007 le lancement d'un label certifiant une qualité du service garantie : « ServiceQualité LETZEBUERG ».

Après analyse de plusieurs modèles, le Ministère du Tourisme a décidé d'acquérir la licence d'un programme qui se réjouit d'une grande popularité dans l'industrie du tourisme, à savoir le programme « Q-label » élaboré par Suisse Tourisme.

Le choix de ce modèle a été motivé par la simplicité de mise en œuvre du programme et l'implication directe des employés eux-mêmes. Par sa conception, il est particulièrement adapté aux petites et moyennes entreprises.

Le label de qualité développé et introduit en Suisse en 1998 a déjà conquis de nombreux adeptes dans l'industrie touristique et a entretemps été repris dans neuf pays. Ce sont l'Allemagne, la Grèce et le Tyrol qui ont été les premiers à introduire ce label de qualité. En Suisse et en Allemagne, 13.000 personnes ont été formées « Coach de Qualité » jusqu'à ce jour et plus de 4.000 entreprises ont été certifiées.

Au Luxembourg, l'initiative bénéficie du soutien des fédérations professionnelles telles que l'HoResCa, la Camprilux, la Centrale des Auberges de Jeunesse et la Chambre de Commerce. Tous reconnaissent le caractère bénéfique de ce projet et se font promoteurs auprès de leurs membres afin qu'un maximum d'établissements prennent le chemin de la « ServiceQualité LETZEBUERG ».

Depuis son lancement au Grand-Duché, le label de qualité « ServiceQualité LETZEBUERG » a connu un succès immédiat. Ainsi, fin 2009, 58 entreprises ont pu être certifiées du 1^{er} degré de ce label (qui en comporte 3 au total) et 4 entreprises se sont vu décerner le niveau 2. A ce jour et depuis 2007, 202 « quality coaches » (niveau I) et 40 « quality trainers » (niveau II) ont été formés pour mener leur entreprise vers le niveau I, respectivement vers la certification du niveau II.

Ci-dessous, la liste complète des entreprises certifiées au 31 décembre 2009 :

ServiceQualité Lëtzebuerg - niveau I	
Entreprises certifiées	Lieu
Auberges de Jeunesse	
Auberge de Jeunesse Beaufort	Beaufort
Auberge de Jeunesse Bourglinster	Bourglinster
Auberge de Jeunesse Echternach	Echternach
Auberge de Jeunesse Hollenfels	Hollenfels
Auberge de Jeunesse Larochette	Larochette
Auberge de Jeunesse Lultzhausen	Lultzhausen

Auberge de Jeunesse Luxembourg-Ville	Luxembourg
Auberge de Jeunesse Remerschen	Remerschen
Auberge de Jeunesse Wiltz	Wiltz
Centrale des Auberges de Jeunesse Luxembourgeoises	Luxembourg
Total	10
Campings	
Camping Auf Kengert	Larochette / Medernach
Camping Birkelt	Larochette
Camping Fuussekaul	Fuussekaul
Camping Kohnehof	Obereisenbach
Camping Trois Frontières	Lieler
Europacamping Nommerlayen	Nommern
Total	6
Bureaux d'information / Syndicats d'Initiative	
Entente Touristique du Sud	Esch/Alzette
Esch City Tourist Office	Esch/Alzette
Luxembourg City Tourist Office	Luxembourg
Office National du Tourisme	Luxembourg
ORT Region Mullerthal - Petite Suisse Luxembourgeoise	Echternach
Syndicat d'Initiative de Vianden	Vianden
Syndicat d'Initiative et de Tourisme asbl Wiltz	Wiltz
Syndicat d'Initiative et de Tourisme Dudelange	Dudelange
Tourist Center "Robbesscheier" (SI Munshausen)	Munshausen
Tourist Office Ettelbruck	Ettelbruck
Total	10
Attractions touristiques	
Parc Merveilleux	Bettembourg
Total	1
Hôtels	
Best Western Hotel International	Luxembourg
Domaine du Moulin d'Asselborn	Asselborn
Goeres Group Luxembourg	Luxembourg
Golden Tulip Central Molitor	Luxembourg
Hostellerie de la Basilique	Echternach
Hostellerie Nagel / Camping de l'Our	Vianden
Hôtel-Restaurant Belvédère	Vianden
Hotel Bel-Air	Echternach
Hotel des Nations	Clervaux
Hotel Le Royal	Luxembourg
Hotel Ibis / Etap Luxembourg Sud	Livange
Hôtel-Restaurant Stand'Inn	Foetz
Hotel Rix	Luxembourg
Hotel Simmer	Ehnen
Hotel Zurich	Luxembourg
Hôtel-Restaurant Au Vieux Moulin	Lauterborn-Echternach
Hôtel-Restaurant Belvédère sarl	Vianden
Hôtel-Restaurant Cottage Dudelange	Dudelange
Mondorf Parc Hotel	Mondorf-les-Bains
Threeland Hotel	Petange
Total	20

Restaurants	
Restaurant Chi-Chi's	Luxembourg
Speltz Restaurant & Brasserie	Luxembourg
Total	2
Autres	
Airrest S.A.	Luxembourg
Automobile Club du Grand-Duché de Luxembourg	Bertrange
Utopia s.a.	Luxembourg
Call-Center Luxair / LuxairTours	Luxembourg
Dep. Relations Clients Luxair/ LuxairTours	Luxembourg
Dep. Représentant à destination LuxairTours	Luxembourg
Luxair S.A. Services Catering	Luxembourg
Société du Golf du Luxembourg	Junglinster
Ministère du Tourisme	Luxembourg
Total	9
Total des entreprises certifiées au niveau I:	
	58

ServiceQualitéit Lëtzebuerg - niveau II	
Entreprises certifiées	Lieu
Hôtels	
Hotel Golden Tulip Central Molitor	Luxembourg
Hotel Saint Nicolas	Remich
Hôtel-Restaurant Stand'Inn	Foetz
Total	3
Autres:	
LuxairTours	Luxembourg
Total	1
Total des entreprises certifiées au niveau II	
	4

(Plus d'informations sous www.servicequaliteit.lu)

4) 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.

L'Europäisches *Tourismus Institut* de Trèves 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).

Les labels, décernés pour une durée de 3 ans, sont venus à échéance en 2008. Les mesures appropriées seront prises au courant de l'année 2009 pour reconduire les labels existants et pour inciter les bureaux d'information non encore reconnus à faire le nécessaire en vue de l'obtention du label.

V. SENTIERS TOURISTIQUES ET PISTES CYCLABLES

1) Sentiers touristiques

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. Sachant que la diversité des paysages naturels au Grand-Duché nous apporte un avantage dans le domaine de la randonnée, il s'agit de développer cet avantage avec un entretien qui assure l'attractivité du réseau des sentiers pédestres. Vu que la pratique de la randonnée en tant qu'activité touristique-sportive est en constante progression, il importe que notre pays défende sa position sur ce marché.

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 du Ministère du Tourisme. Au début, elle avait été affectée prioritairement à la région Mullerthal - Petite Suisse Luxembourgeoise – Basse Sûre, afin de garantir la mise en œuvre d'un nouveau concept, et afin de garantir le balisage des sentiers touristiques de la région.

Vu la complexité et la spécificité des travaux effectués, et afin d'avoir un suivi dans le travail de balisage, le contrat avec cette asbl a été prolongé.

Le projet « Wanderbares Müllerthal » a permis de mettre en place le « Mullerthal Trail » ainsi que de restructurer le réseau des sentiers locaux existants et ceci dans l'optique d'une réduction du nombre de sentiers et d'une uniformisation du balisage.

Au niveau des différents sentiers locaux les équipes de balisage du Ministère du Tourisme apportent leur savoir-faire ainsi que leur soutien en terme de main d'œuvre aux bénévoles.

Dans le même ordre d'idées et afin de développer l'attractivité du réseau national de sentiers pédestres du Grand-Duché, notre département a développé un concept destiné à promouvoir les sentiers nationaux. 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 ayant comme but :

- de renseigner le randonneur sur les moyens d'hébergement et d'autres infrastructures le long des sentiers touristiques,
- de rendre attentif aux attractions touristiques de 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 2007, 12 sentiers du réseau national ont été présentés suivant le même concept. En 2008 cinq nouveaux dépliants ont vu le jour : les Sentiers Maurice Cosyn, Charles Mathieu, Préizerdaul et Remerschen-Hellange, le 5^e nouveau dépliant étant dédié au nouveau «Sentier Panorama », qui relie Wiltz, via la commune de Wincrange, à Troisvierges. Ceci porte le nombre de sentiers nationaux à 25.

En 2009, le Sentier du Sud reliant Luxembourg-Ville à Dudelange ainsi que le Sentier de l'Attert se sont dotés de nouveaux dépliants selon ce même concept.

Pour 2010 d'autres dépliants faisant partie de cette série de promotion verront le jour, notamment celui du Sentier de la Haute-Sûre, qui est déjà en préparation.

Les nouvelles cartes topographiques « R - édition touristique » réalisées par l'Administration du Cadastre connaissent un grand succès. La collecte des données touristiques pour la mise à jour des cartes, ayant été rééditées en 2009, incombe aussi à notre département.

Le Ministère du Tourisme a également participé aux travaux préliminaires en vue de la réédition de la carte topographique concernant le Parc Naturel germano-luxembourgeois en 2010 par le « Landesamt für Vermessung und Geobasisinformation Rheinland-Pfalz ».

En 2008, notre département, ensemble avec les éditions G. Binsfeld, a réalisé une nouvelle édition du guide des « 171 circuits auto-pédestres ». Cette version comporte maintenant « 201 circuits auto-pédestres » et dispose notamment des 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 (p.ex. : attractions touristiques...),
- informations d'ordre général (p.ex. : transport en commun...).

A l'instar des éditions précédentes, ce guide se présente en 3 langues (D, F, GB) et 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.

Dans le cadre de cette édition, quelques modifications ont été apportées aux tracés afin de rendre les circuits plus attrayants et plus sûrs.

Dans le cadre du projet Interreg IV A, le Ministère du Tourisme participe au programme 2009 – 2012 ayant comme but la création de circuits transfrontaliers de qualité d'excellence appelés « tours spéciaux ».

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 de plusieurs publications touristiques pour cyclistes dont notamment les guides « Vélo Tour Luxembourg » et « Vélo Route SaarLorLux ».

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.

Dans le même ordre d'idées, il y a lieu de noter que des contacts encourageants, concernant le rattachement de notre réseau cyclable national à celui des Cantons de l'Est en Belgique, ont été établis au courant de l'année écoulée. En effet, le projet de la « Vennbahn-Route » s'est concrétisé au cours de l'année 2009. Partant d'Aix-la-Chapelle, cette nouvelle route consacrée à la marche et au cyclisme traversera les cantons de l'Est en Belgique pour rejoindre Troisvierges au Luxembourg où elle sera connectée à la PC 21 (piste cyclable du Nord). La route sera réalisée dans le cadre du programme INTERREG IV A et devrait voir le jour d'ici 2012.

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, etc.) 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.

Une bonne partie des données sur notre réseau cyclable national figurent déjà dans la base de données de l'Observatoire des voies vertes, gérée par l'AEVV, et sont de ce fait accessibles aux internautes dans le monde entier.

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 2009 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 achevés. Le dernier tronçon de +/- 600 mètres allant du pont frontalier Langsur à l'entrée de Wasserbillig a été réalisé en 2009.

Par ailleurs, depuis 2005, une piste cyclable 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. Entre Machtum et Mertert, d'importants travaux de réaménagement de la route et de la piste cyclable sont en cours.

- 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 projet pour la construction d'un nouveau tronçon a vu le jour au courant de l'année 2007. Ainsi dans le cadre de la restauration des prairies humides sera aménagé entre Koedange et le lieu-dit « Soup » un nouveau tronçon qui compte quelques 4.800 mètres.

La partie restante du tracé, c'est-à-dire la liaison avec la PC d'Echternach est encore 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.

La partie restante du tracé est à l'étude respectivement en construction.

- PC 7 *Piste cyclable « Jangeli »*

Remich – Mondorf/Bains

Les travaux pour la réalisation du premier tronçon Remich-Cimetière à Ellange-Gare ont été achevés en 2004. La partie restante 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 PC 6

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 Olm en passant par 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. Or, le tracé d'un tronçon reliant les deux localités en passant de Hünsdorf et Prettingen est en voie d'élaboration.

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

Tronçon Essingen – Colmar-Berg : travaux achevés.

En juillet 2009 l'Administration des Ponts et Chaussées a ouvert à la circulation cycliste et pédestre le maillon manquant de la PC 15 "Piste cyclable de l'Alzette" entre Colmar-Berg et Ettelbruck.

- 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 : travaux en cours
- Liaison Goebelsmühle-Kautenbach : la réalisation de ce tronçon comporte des difficultés techniques majeures, 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

Il reste à réaliser la liaison Ardoisières – Rombach/Martelange

Cette liaison sera réalisée dans le cadre de la revalorisation des Ardoisières de 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 tronçon Troisvierges – frontière belge est à l'étude. Il sera réalisé dans le cadre du projet INTERREG « Vennbahn » qui reliera Troisvierges à Aix-la-Chapelle en passant par les cantons de l'Est.

- 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 achevée.

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

Le tronçon entre le lieu-dit « Groësteen » et Nachtmanderscheid est en cours de réalisation. La partie tronçon Nachtmanderscheid – Pütscheid est achevée. Le tronçon Pütscheid – Wahlhausen est 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.

La partie restante de la liaison est à l'étude.

3) VTT et Nordic Walking

a) VTT

Afin d'assurer la promotion des circuits VTT qui sillonnent le Luxembourg, le Ministère du Tourisme a édité un premier dépliant dans la série « Réseau national des Circuits VTT du Grand-Duché de Luxembourg » en 2007. Cette nouvelle série s'inscrit dans le concept de la réalisation de dépliants nationaux initié par le Ministère du Tourisme.

Le dépliant du circuit VTT « Prézérdaul » fournit aux VTTistes une carte topographique détaillée indiquant les distances entre les différents villages, les dénivellations, le niveau de difficulté du circuit ainsi que le nombre moyen de calories brûlées. Il fournit aussi un « code de bonne conduite » à l'usage de tous les cyclistes.

En 2008, 5 nouveaux dépliant pour 5 circuits VTT (Manternach, Grevenmacher, Greiveldange Wormeldange et Dalheim) de la région touristique de la Moselle ont vu le jour. L'élaboration de ces dépliant résulte d'une excellente collaboration entre les bureaux Leader de la Moselle et l'Entente touristique de la Moselle.

Une pochette collection a été développée pour rassembler les dépliant existants et à venir.

b) Nordic Walking

4 régions Leader+ du Luxembourg ensemble avec les Ententes touristiques respectives, les Parcs naturels de l'Our et de la Haute-Sûre et la Fédération Luxembourgeoise de Marche Populaire ont réalisé un concept pour la création d'un Nordic Walking Parc Lëtzebuerg (Park Ourdall, Park Uewersauer, Park Klierfdall, Park Mëllerdall, Park Miselerland). 160 km de pistes – des plus faciles (bleues) aux plus difficiles (noires) en passant par les moyennes (rouges) qui peuvent être combinées entre elles, ont été balisées par le Ministère du Tourisme.

Les dépliant y relatifs ont été financés par le Ministère du Tourisme et ont été réalisés suivant le même concept et layout que la randonnée et le VTT. Ces dépliant continuent à être distribués sur les foires touristiques à l'étranger.

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 2009, 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 2009 a été organisé dans la région Ardennes (cantons de Clervaux, Wiltz, Vianden, Diekirch) et 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, une localité a reçu le 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 : 2^e prix : Basbellain (SI Basbellain)

Catégorie 2 : 1^{er} prix : Hoscheid (SI Hoscheid)
2^e prix : Huldange (SI Troisvierges)
3^e prix : Erpeldange (AC Erpeldange)

Catégorie 3 : 2^e prix : Vianden (SI Vianden)

Catégorie 4 : 1^{er} prix : Ettelbruck (SI Ettelbruck)
1^{er} prix : Diekirch (SI Diekirch)

Prix spécial meilleur nouvel aménagement : Ettelbruck (AC Ettelbruck)

Prix Natura : Ettelbruck

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

Prix Fédération Luxembourgeoise des Horticulteurs : Huldange

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'il engage font de cette forme de tourisme un segment touristique à haute valeur ajoutée dont profite essentiellement le commerce de la ville qui héberge les congressistes (un touriste d'affaire dépense 2,5 et 3 fois plus qu'un touriste de loisirs).

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, les plantes vertes, les bars et discothèques, les cadeaux souvenirs, les blanchisseries, etc.

Le tourisme d'affaires européen représente un poids économique considérable (56% du marché mondial), que l'on peut estimer à presque 170 milliards d'euros. 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, 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 effrénée 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 le premier choix qu'il s'agit de mettre davantage en valeur par des organisations plus nombreuses.

Mais ce secteur demeure particulièrement sensible aux variations de la conjoncture internationale. Il a souffert ces dernières années sous l'effet conjugué de la crise.

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 destination 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 « site 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 2009, Luxembourg Congrès a participé aux salons professionnels suivants :

Salon EMIF (European Meeting Industry Fair) à Bruxelles

Salon IMEX à Francfort

Salon CONFEX à Londres.

Salon LIBE (Luxembourg Incentive & Business Event) à Luxembourg.

Ces salons sont principalement visités par des organisateurs, sociétés, agences et professionnels internationaux.

A l'occasion de ces quatre 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 Kirchberg (CCK) sont fermées depuis le 1^{er} 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: la Société a pu y enregistrer en 2009 20'780 personnes (2008 : 21'622 personnes) pour 35 manifestations (2008 :39) organisées. La durée moyenne par manifestation était de 1,9 jours (contre 1,7 jours en 2007).

Suite à l'ouverture du Nouveau Centre de Conférences du Kirchberg, quelque 15'920 personnes (16'080 en 2008) ont été comptées durant 29 manifestations (21 en 2008).

En 2009, Luxembourg Congrès a pu enregistrer 6'854 nuitées (5'600 nuitées en 2008, 6'731 nuitées en 2007, 5'485 nuitées en 2006 et 4'700 nuitées en 2005) à Luxembourg.

Conformément à la déclaration gouvernementale du 29 juillet 2009, invitant le Gouvernement à intensifier la promotion du tourisme de congrès, de séminaires et de voyages de motivation, le Ministère du Tourisme a mis en place un groupe de travail regroupant les principaux acteurs de ce secteur. Les travaux du groupe visent essentiellement une meilleure collaboration entre les acteurs dans l'optique de rendre plus efficace la promotion du Luxembourg en tant que destination MICE.

Ainsi, le secteur du tourisme de congrès fait désormais partie de la nouvelle stratégie de promotion du Ministère du Tourisme.

Par ailleurs, dans le cadre du film « Is it true what they say about Luxembourg ? », projet visant à présenter le pays tel que le vivent aujourd'hui un grand nombre d'habitants, de visiteurs et d'investisseurs, un clip vidéo présente également le Grand-Duché comme destination de congrès.

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 développées. 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 Occidental** ont axé 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 permet sans aucun doute de rehausser l'attractivité de notre produit. Par ailleurs, le réseau ainsi revalorisé constitue un moyen marketing de premier ordre, permettant la promotion tant du réseau de pistes cyclables que de la destination touristique luxembourgeoise. C'est dans cet ordre d'idées que le Ministère du Tourisme, dans le cadre du projet **SaarLorLux-Radweg**, a participé activement à la mise en place d'un réseau transfrontalier de pistes cyclables, principalement entre les villes de Sarrebruck, Metz, Trèves et Luxembourg.

Le Comité du Tourisme de l'**OCDE** (Organisation de Coopération et de Développement Economiques), forum d'échanges d'idées siégeant à Paris, fait partie, depuis 1999, de la Direction de l'Industrie, de la Science et de la Technologie (DSTI), Division des Transports. Le tourisme dans les pays de l'OCDE représentant 70% de l'activité touristique mondiale, le Comité du Tourisme de l'OCDE offre un cadre unique en son genre pour la coordination au niveau international des politiques et des actions. L'OCDE est le seul forum mondial dans lequel les pays industrialisés peuvent procéder à des débats sur leur politique du tourisme.

Deux 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.

Au niveau de l'Union européenne, l'année 2009 a été marquée par le **8^e Forum Européen du Tourisme** qui s'est tenu à Bruxelles en octobre 2009.

Lancé en 2002 à Bruxelles par la Commission européenne, le Forum européen du tourisme a été conçu pour être un lieu de rencontre, de débats et d'échanges entre les professionnels du tourisme et les autorités publiques (européennes, nationales, régionales et locales) chargées du tourisme. Organisé généralement par le pays qui assure la Présidence de l'Union européenne et la Commission européenne, cet événement unique, qui rassemble en moyenne 400 à 500 participants, est devenu le « temps fort » de la politique européenne de coopération dans le tourisme. La compétitivité du tourisme européen dans un monde en mutation était, par ailleurs, au centre des discussions du forum européen du tourisme de cette année.

Les participants, membres des institutions européennes et internationales ainsi que les représentants des professionnels du tourisme en Europe ont discuté du comportement du consommateur face à la durabilité et au déclin économique, des relations employeurs-employés dans le tourisme et de la perspective 2020 en vue de promouvoir un tourisme européen compétitif et durable. Le traité de Lisbonne, après sa ratification, permettra à l'Union européenne de soutenir et de coordonner davantage des actions tendant à promouvoir la compétitivité du tourisme européen.

Dans le cadre du **concours européen des destinations touristiques d'excellence** organisé pour la deuxième année consécutive par la Commission européenne (22 pays participants, 1 lauréat par pays), le Grand-Duché de Luxembourg a désigné la localité de Schengen comme destination luxembourgeoise lauréate.

Ce concours baptisé EDEN (« European Destinations of Excellence ») a pour objectif de faire connaître des destinations européennes qui sont engagées dans une démarche de développement durable. Les projets en question doivent contribuer à améliorer la visibilité de certaines destinations touristiques en Europe. Ils seront également susceptibles de souligner la diversité et la richesse du tourisme européen. Ils doivent enfin contribuer à la promotion d'une forme de tourisme durable susceptible d'attirer un nouveau type de visiteur en quête d'authenticité et de qualité.

Le thème énoncé pour l'édition 2009 du concours était « Tourisme et espaces protégés ». Le jury, qui comprenait, sous la présidence du Ministère du Tourisme, des représentants de l'Office National du Tourisme, du Ministère du Développement rural, de la Fondation « Hëllef fir d'Natur » et du Guichet unique PME de Munshausen, a dû faire un choix parmi trois dossiers qui répondaient aux critères énoncés, les deux autres étant les Parcs Naturels de la Haute Sûre et de l'Our.

IX. ACTIONS PROMOTIONNELLES DU MINISTERE DU TOURISME

1) Le périodique du Ministère du Tourisme : INSIDER

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 2009, aura désormais un rôle non négligeable à jouer dans cette double perspective d'un échange d'information et de coopération accru.

Par ailleurs, depuis 2007, le Ministère dispose d'un nouveau médium de communication et de promotion, dénommé « InsideOut ». Il s'agit d'une publication occasionnelle, éditée pour des événements tels que foires, congrès, roadshows, etc. En 2009, une telle publication a été réalisée en vue de la participation du Ministère du Tourisme à la foire « ITB » à Berlin.

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.

Des actions de promotion étaient entre autres :

- la réalisation de deux nouveaux films promotionnels dans le cadre du projet « Is it true what they say about... Luxembourg ? ». Le premier clip présente la destination touristique luxembourgeoise dans sa globalité, l'autre met en avant le Grand-Duché comme destination de congrès ;
- le sponsoring du tournoi de tennis de renommée internationale « BGL Luxembourg Open 2009 » qui s'est déroulé du 19 au 25 octobre au Luxembourg ;
- l'insertion d'une annonce publicitaire dans le supplément spécial du magazine du Parlement européen édité dans le cadre de la remise des prix aux lauréats du concours « European Destination of Excellence 2009 » ;
- la participation à la réalisation d'une carte routière et touristique de la région « Luxembourg / Eifel / Ardennes » pour motocyclistes, éditée par l'ADAC ;
- le sponsoring de la manifestation « Colophon 2009 – International Magazine Symposium Luxembourg » ;
- la collaboration dans le projet transfrontalier INTERREG « Création d'un concept de marketing transnational pour le tourisme dans la Grande Région » ;
- la continuation de la collaboration avec Atout France et l'Office de Promotion du Tourisme Wallonie-Bruxelles dans le cadre d'un projet de promotion de la destination touristique luxembourgeoise, française et belge sur le marché japonais (réimpression d'une brochure, organisation d'un voyage de presse et d'un voyage d'études, relance du site Internet www.frabelux.jp, représentation à différents salons touristiques au Japon grâce à la présence de Atout France ou de l'OPT Bruxelles-Wallonie ;
- l'insertion d'une double page de publi-rédactionnel dans le « Spécial voyages » du magazine « Plus » en vue d'annoncer la présence du Luxembourg au salon « 50plus-Beurs » à Utrecht ;
- le cofinancement d'un dossier tiré à part de 16 pages « spécial MICE au Luxembourg » dans le magazine belge « MIM – Meetings, Incentives and Media », un périodique spécialisé dans le secteur MICE ;
- l'insertion d'un publi-rédactionnel dans le magazine anglais « Out&About », spécialisé dans les voyages en autocar. L'accent y a été mis sur les côtés pratiques et les « bons tuyaux » à l'attention des propriétaires et chauffeurs d'autobus lors d'un déplacement en autocar à Luxembourg ;

- la réalisation, l'impression et la diffusion de 150.000 sets de table en papier et de 30.000 cartes postales via le réseau de « Indoor Media Company » dans +/- 100 restaurants du Grand-Duché pendant l'été 2009.

3) Médias électroniques/informatiques

a) Mise en œuvre du projet e-Luxembourg

Au cours de l'année 2008, le Ministère du Tourisme a entamé, ensemble avec le service e-Luxembourg, les travaux préparatoires pour la réalisation d'un nouveau site Internet pour le Ministère du Tourisme.

Le projet comporte d'un côté une refonte graphique et de l'autre côté des modifications au niveau de l'arborescence. En effet, une approche thématique est visée afin de relayer d'une manière cohérente les informations et les éléments d'actualité concernant le Ministère du Tourisme.

Les rubriques thématiques suivantes sont prévues : le ministère, espace des professionnels de l'hébergement, espace des administrations communales, espace des asbl œuvrant en faveur du tourisme, labels touristiques, infrastructures touristiques, agences de promotion et relations internationales.

Y viennent s'ajouter les rubriques transversales suivantes : actualités, publications, promotion touristique, formulaires, statistiques et législation.

Le nouveau site du Ministère du Tourisme suivra la charte « II » et respectera les normes au niveau accessibilité et ergonomie telles que définies dans « Reno », le référentiel de normalisation pour les sites web du Gouvernement luxembourgeois élaboré par le service e-Luxembourg.

A l'instar du site actuel, le nouveau site aura 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.

La mise en ligne a dû être reportée à l'année 2010.

b) Action promotionnelle via web tours.lu

Créé en 2002 dans le cadre d'une campagne de communication grand-public dans les médias allemands, le site web www.tours.lu 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 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 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.

En 2007, la description interactive relative aux sept nouveaux sentiers nationaux a été mise en ligne. Il s'agit du « Sentier de l'Alzette », du « Sentier de la Mamer », du « Sentier de la Wiltz », du « Sentier du Nord », du « Sentier des Mineurs », du « Sentier Fred Welter » et du « Sentier Victor Hugo ».

A l'heure actuelle, les 12 sentiers nationaux, pour lesquels un dépliant a été réalisé et des panneaux d'information installés sur le terrain, sont disponibles sur le site www.tours.lu.

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

a) Structure

En 2009, le Ministère du Tourisme a été représenté à l'étranger par les agences touristiques suivantes :

(voir également sous : <http://www.mdt.public.lu/representations/index.html>)

Berlin

Luxemburgische Botschaft
Abteilung Tourismus
Klingelhöferstrasse, 7
D-10785 Berlin
Allemagne
Gérante : Mlle Lising Kessler
Tel. : 0049 30 257577-3
Fax : 0049 30 257577-55
E-mail : info@visitluxembourg.de

Bruxelles

Office du Tourisme du Grand-Duché
du Luxembourg c/o MGDL
75, avenue de Cortenbergh
B-1000 Bruxelles
Belgique
Gérant : M. Olivier Barbieux
Tel. : +32 2/6460370
Fax : +32 2/6486100
E-mail : info@visitluxembourg.be
Web : <http://www.visitluxembourg.be/>

La Haye

Ambassade du Luxembourg
Section Tourisme
Nassaulaan, 8
NL-2514 JS La Haye
Pays-Bas
Gérante : Mme A HILL-DRIESKENS
Tel. : 0031 70 3649041
Fax : 0031 70 3563303
E-mail : info@visitluxembourg.nl

Londres

Luxembourg Tourist Office
Sicilian House
Sicilian Avenue
GB-London WC1A -2QR
Royaume-Uni
Gérant: M. Serge MOES
Tel. : 0044 2074342800
Fax : 0044 207430 1773
E-mail : tourism@luxembourg.co.uk
Web : <http://www.luxembourg.co.uk/>

Mönchengladbach

Luxemburgisches Verkehrsamt
Bismarckstrasse, 23-27
D-41061 Mönchengladbach
Allemagne
Gérant : M. Gert KARTHEUSER
Tel. : 0049 2161208888
Fax : 0049 2161274220
E-mail : info@visitluxemburg.de

New York

Luxembourg National Tourist Office
Luxembourg House
Beekman Place, 17
N.Y. 10022
U.S.A.
Gérante : Mme Brigitte Goergen
Tel. : 001 2129358888
Fax : 001 2129355896
E-mail : info@visitluxembourg.com
Page web : <http://www.visitluxembourg.com/>

Paris

Office du Tourisme Luxembourgeois
Rue Cambacérés, 28
F-75008 Paris
France
Gérante : Mlle Karin Baldisseri
Tel. : 0033 1 47429056
Fax : 0033 1 40070043
E-mail : info@visitluxembourg.org

Il est à signaler que la nouvelle gérante de l'agence à Berlin a été engagée en mars 2009 pour reprendre ses fonctions définitives à Berlin au mois d'août, après un stage effectué au Ministère du Tourisme.

L'agence touristique à Paris était également placée sous le signe du changement avec l'arrivée d'une nouvelle gérante en avril 2009.

b) Champ opérationnel : redéfinition des missions

Il est à souligner que, sur fond de crise économique, les intermédiaires professionnels de nos principaux marchés touristiques limitrophes nous avaient confirmé dès la fin du printemps qu'ils enregistraient une belle progression dans les ventes pour la destination du Grand-Duché. Ceci reflétait un repli des consommateurs vers des destinations plus proches, plus facilement accessibles en voiture et garantissant un degré élevé de sécurité, au détriment de destinations « long haul » en avion. Il était donc primordial pour nos agences à l'étranger d'occuper le terrain, afin de consolider les parts de marché gagnées en ces circonstances.

En suivant l'évolution du marché et le comportement des clients, nos agents sont de plus en plus amenés à promouvoir la destination du Grand-Duché de manière pro-active et ciblée, soit en recherchant des partenariats avec des structures professionnelles établies dans le pays dont ils ont la responsabilité, soit en s'associant avec des prestataires luxembourgeois spécialisés dans tel ou tel créneau spécifique.

Ainsi, l'année 2009 a été plus particulièrement placée sous le signe d'un démarchage ciblé du secteur du tourisme de conférences et de séminaires, segment particulièrement touché par la crise. Le fait de disposer d'infrastructures de haut niveau, existantes ou à venir, combiné avec une nouvelle approche des sociétés visant des déplacements moins lointains pour leurs conférences et séminaires, place donc notre destination dans des conditions prometteuses pour l'avenir.

D'autre part, la transposition des recommandations de l'audit mené dans les agences en 2006-2007 s'est poursuivie en 2009. Pour rappel, il s'agit principalement d'un meilleur encadrement et d'un suivi accru des actions des gérants ; une communication plus directe et simplifiée ; la mise en place d'outils de management et de reporting.

Un pas dans cette direction a été franchi par la mise en place, fin 2009, d'un outil de gestion de relation client (CRM – customer relationship management). Il s'agit d'une banque de données sur base d'une application intranet, accessible aux agents du Ministère du Tourisme, aux agents de nos représentations touristiques à l'étranger ainsi qu'aux différents services de l'ONT. Tout au long de l'année 2009, un groupe de travail composé de membres du Ministère du Tourisme, de représentants de nos agences à l'étranger, ainsi que de représentants de l'ONT ont défini les exigences d'un cahier des charges qui a permis le paramétrage de cet outil.

Lors du séminaire annuel des agences en réunion au Grand-Duché, début novembre, le coup d'envoi a été donné au lancement de cet outil de gestion. Celui-ci est amené à consigner l'historique de nos relations avec nos clients par le partage en temps réel de la somme d'informations dont disposent individuellement nos agences à l'étranger, dans le but de mieux appréhender le futur.

c) Résumé des activités de l'exercice 2009

Nous ne pouvons relater de manière exhaustive les innombrables démarches tous azimuts de nos agences à l'étranger dans ces pages. Nous n'en citerons que quelques-unes et nous vous invitons à consulter l'intégralité des rapports d'activité sur le site du Ministère du Tourisme <http://www.mdt.public.lu/representations/index.html>

Pour les différents marchés, il convient de retenir les faits suivants:

France :

- 1ère participation en septembre aux Salons CE (comité d'entreprise) à Strasbourg et à Lille en collaboration avec l'Office National du Tourisme (total d'environ 3.400 visiteurs et 1.200 entreprises représentées)
- MAP (Monde à Paris) en mars 2009 (93.110 visiteurs)
- 63e Foire internationale de Châlons-en-Champagne du 5 au 6 septembre 2009 en collaboration avec l'ONT et LCTO
- Salon du tourisme « d'ici et d'ailleurs » dans la station de métro Auber en collaboration avec l'ONT (passage 250.000 personnes)
- Journées Consulaires à Lyon en collaboration avec le consul honoraire du Luxembourg à Lyon (+/- 30.000 visiteurs)
- Présence au Centenaire de l'aviation à Reims en juin 2009 (60.000 visiteurs)
- Organisation d'un workshop MICE dans les salons de l'Ambassade du Luxembourg à Paris, en collaboration avec le LCTO et l'ONT avec la participation de 10 partenaires luxembourgeois et d'une présentation de vins & crémants
- Voyage de presse œnologique en collaboration avec l'ONT. 4 journalistes, un représentant de l'Association de Journalistes du Vin (APV) et un producteur de télévision ont pu découvrir Luxembourg-Ville mais surtout la Moselle luxembourgeoise et ses atouts vinicoles

- Voyage de presse « wellness », avec la participation de 5 journalistes
- Voyage d'étude en collaboration avec l'ONT pour Carlson Wagonlit Travel en partenariat avec SNCF/TGV Est. Participation de 10 chargés de voyages des plus importantes sociétés de la région de Champagne.

Royaume Uni :

- Publi-rédactionnel dans le magazine "Out and About" qui s'adresse aux opérateurs de bus en GB (édition juin)
- Initiation d'une campagne de sensibilisation des agences de voyages britanniques dans le magazine "Travel Bulletin"
- Initiation d'une annonce dans le magazine "Food & Travel"
- Mise à jour continue de notre site Internet www.luxembourg.co.uk, le site totalise toujours 1,2 millions de visites par an
- Consolidation des données de toutes nos agences touristiques (= contacts presse, tour-opérateurs, agences de voyage, etc.) en vue de leur introduction au sein du CRM.

Etats-Unis :

- Assistance fournie à plus de 20 journaux, revues, radio, "free lance travel writers", "on staff writers" et "bloggers"
- Assistance et organisation de 5 visites de journalistes au Luxembourg (en partenariat avec ONT, Maison de la France, Toerisme Vlaanderen USA, etc.)
- Plus de 20 articles publiés à la suite de voyages de presse et autres
- Organisation et accompagnement de 2 voyages d'étude pour agents de voyage
- Participation aux actions marketing de la « European Travel Commission » à New York, notamment au VEMEX – Visit Europe Media Exchange – New York et Toronto
- Assistance à plus de 30 tour-opérateurs, avec notamment la création d'un produit associant la compagnie aérienne JetAirways et le loueur de voitures Sixt
- Organisation et suivi de rendez-vous auprès d'agents de voyages et tour-opérateurs pour des hôteliers luxembourgeois
- Membre des organisations professionnelles suivantes :
 - ASTA – American Society of Travel Agents – North-East Chapter (Allied Member)
 - LACC – Luxembourg American Chamber of Commerce, New York (Membre du Conseil d'Administration)
 - USTOA – United States Tour Operators Association (Associate Member)
 - SATW – Society of American Travel Writers (Associate Member)

Allemagne :

- Participation au « Bürgerfest – 60 Jahre Bundesrepublik Deutschland » à Berlin ; coopération avec les ambassades du Luxembourg, des Pays-Bas et de Belgique
- Co-organisation et participation à la « Benelux-Roadshow » (Munich, Francfort, Hambourg) ; coopération avec l'ONT, 8 partenaires luxembourgeois, Holland Toerisme, Tourismus Flandern-Brüssel
- Participation au RDA-Workshop à Cologne ; coopération avec l'ONT, LCTO, 2 hôteliers luxembourgeois
- Participation à la « RTK-Jahrestagung » (la plus grande coopération d'agences de voyages en Allemagne) à Dresde avec un stand à la « Reismesse » ; coopération avec l'ORT Mullerthal – Petite Suisse Luxembourgeoise
- Participation à la « Reisebörse » au Rheincenter à Cologne ; coopération avec l'ONT, LCTO
- Participation au foires et salons touristiques suivants :
 - Stuttgart / CMT : visiteurs 2009 : 205.000
 - Berlin / ITB : visiteurs 2009 : 68.114
 - Düsseldorf / Tour Natur : visiteurs 2009 : 33.500
 - Berlin / ITB (professionnel) : visiteurs 2009 : 110.857
 - Cologne / RDA (professionnel) : visiteurs 2009 : ca. 11.000

La Haye :

- Membre du comité de direction et trésorière d'ANTOR (bureaux de tourisme établis aux Pays-Bas)
- Membre du comité du MICE qui organise le MICE-Workshop de ANTOR
- Organisation du workshop de la presse touristique
- Organisation d'une journée de travail pour agences de voyages et tour-opérateurs
- Salon des Vacances à Utrecht du 12 au 18 janvier
- Fiets & Wandelbeurs salon de vacances) à Amsterdam du 28 février au 1er mars
- Voyage de presse avec 6 journalistes de la presse touristique spécialisée en collaboration avec l'ONT
- Présentation de la destination aux Consuls honoraires du Luxembourg aux Pays-Bas
- MICE & Business Travel, workshop organisé au Château à ZEIST.
- Semaine luxembourgeoise à Zwolle : Vins & Tourisme en collaboration les restaurateurs de la Commune de Zwolle
- Salon de Vacances 50Plus à Utrecht du 16 au 20 septembre
- Voyage d'études (Business Travel) en collaboration avec l'ONT

Belgique :

- Voyage d'études avec le groupement 'Carte des profs' et 35 instituteurs de la Communauté française de Belgique ; objectif : programmation de groupes scolaires
- Voyages d'études avec l'autocariste LAUWERS REIZEN (Anvers) et première programmation dans les catalogues, respectivement 'ZOMER 2010' et 'DAGREIZEN 2010'
- Liberty TV : émission-plateau et jeu concours. Résultat : plus de 6.000 clicks et remise par Liberty du listing d'adresses
- Workshop/visite avec l'Union des Offices Etrangers de Tourisme chez Thomas Cook à Gand
- Voyage d'étude VTB-Kultuur pour 20 décideurs. Objectif: programmation 2010 Centre de Documentation de Schengen & visite des Institutions du Kirchberg.
- Voyage d'études Exclusive Destinations. Objectif : redécouverte de la destination dans sa nouvelle offre
- Participation au Salon de l'Education à Namur. Cible : les groupes scolaires et le monde enseignant
- Participation au road show catalogue été 2010 JETAIR à Bruxelles et Gand
- segment 'MICE & Business Travel'
- Organisation d'une table ronde 'Meeting Industry & Business Travel' Carlson Wagonlit Travel - Ambassade du Luxembourg à Bruxelles, regroupant une vingtaine de chargés de voyage d'importantes sociétés belges
- Assistance active à la préparation du tiré à part « spécial Luxembourg » de MIM Magazine (meeting incentive media), spécialisé dans le secteur des congrès et séminaires.

5) Participations aux foires et salons touristiques

A l'instar des années précédentes, le Ministère du Tourisme a participé en 2009 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.

Notons que l'intérêt manifesté par les acteurs du domaine du tourisme (hôtels, associations telles que Camprilux, Logis de Luxembourg, Hotels.lu, Luxair, etc.) pour participer aux foires proposées par le Ministère du Tourisme et l'Office National du Tourisme est croissant. En effet, pas moins de 22 partenaires nous ont accompagnés sur le pavillon luxembourgeois lors des différents foires et salons touristiques tout au long de l'année (20 en 2008 ; 15 en 2007).

En ce qui concerne la participation du Ministère du Tourisme aux foires et salons touristiques, aux côtés de l'Office National du Tourisme, il faut distinguer les foires dites « grand public » et les salons professionnels. Il est intéressant de noter que les foires thématiques, s'adressant à un public bien ciblé, ont systématiquement été en mesure d'enregistrer une progression du nombre de visiteurs. Le Ministère renforcera encore davantage sa présence à ce genre de foires, pour autant que cela cadre avec un produit dont nous disposons ou avec un public cible que nous visons.

Pour l'année 2009, le Ministère du Tourisme a organisé et financé les participations suivantes :

<u>Ville</u>	<u>Nom du Salon</u>	<u>Public cible</u>	<u>Visiteurs / évolution</u>
LUXEMBOURG	- Vakanz	Grand public	20.000 / -15%
PRAGUE	- Holiday World	Grand Public	25.000 / -8%
UTRECHT	- Vakantiebeurs	Grand public	133.000 / -1,5%
STUTTGART	- CMT	Grand public	205.000 / -5%
ANVERS	- Salon International des Vacances	Grand public	103.000 / -7,5%
AMSTERDAM	- Fiets en Wandelbeurs	Grand public	14.850 / +6%
BRUXELLES	- Salon des Vacances	Grand public	105.000 / +4%
SARREBRUCK	- Freizeit	Grand public	38.000 / -2,5%
BERLIN	- Internationale Tourismusbörse (ITB)	Grand public	68.000 / +1%
PARIS	- Salon Mondial du Tourisme	Grand public	93.110 / -0,75%
DUSSELDORF	- Tour Natur	Grand public	33.500 / +1,5%
UTRECHT	- 50plus Beurs	Grand public	98.350 / +2%
MADRID	- FITUR	Grand public	99.000 / +/-0,0%
Total :			1.035.810 visiteurs
PRAGUE	- Holiday World	Professionnel	1.500 / -8%
BERLIN	- Internationale Tourismusbörse (ITB)	Professionnel	110.850 / +0,5%
MADRID	- FITUR	Professionnel	67.918 / +/-0,0%
COLOGNE	- RDA	Professionnel	11.000 / -15%
LONDRES	- World Travel Market	Professionnel	45.000 / -8%
Total :			236.268 visiteurs
Grand Total :			1.272.078 visiteurs

X. ANIMATION TOURISTIQUE

Au niveau régional, la coordination de l'animation et de l'information touristique est assurée par les coordinateurs des deux Ententes touristiques, à savoir :

- l'Entente touristique de la Moselle luxembourgeoise
- l'Entente touristique du Sud

et des deux Offices Régionaux du Tourisme (ORT), à savoir :

- l'Office Régional du Tourisme des Ardennes luxembourgeoises
- l'Office Régional du Tourisme de la Région Mullerthal-Petite Suisse luxembourgeoise

Les coordinateurs d'animation touristique travaillent sous le contrôle direct de leur Entente touristique respective ou de leur ORT. D'une part, leur tâche consiste dans :

- l'organisation et la coordination d'activités culturelles, de loisirs et de guidages,
- l'encadrement et le divertissement de groupes de touristes de tout âge,
- l'accueil, l'information et le conseil de la clientèle touristique au niveau local et/ou régional,
- la création de produits touristiques en collaboration avec les acteurs touristiques de leur région,
- l'accueil et l'encadrement de journalistes,
- la représentation de leur région touristique auprès du grand public, auprès des professionnels de l'industrie touristique et aux différentes foires touristiques et salons professionnels.

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 2009, ils ont été secondés, tout comme par le passé, par 146 étudiants. Ceux-ci ont bénéficié d'une préparation appropriée et ont assuré tant l'exécution des programmes d'animation établis par les coordinateurs que l'accueil dans les différents bureaux touristiques locaux.

Depuis 1999, les trois Ententes touristiques des Ardennes (ESIN, ESIMSO, ESILAC) 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.

Dans le cadre de la restructuration et la professionnalisation du tourisme luxembourgeois, deux « Offices régionaux de Tourisme » (ORT) ont été constitués en 2007, à savoir l'ORT des Ardennes luxembourgeoises et l'ORT Région Mullerthal – Petite Suisse luxembourgeoise.

Depuis octobre 2008, ces deux nouvelles structures sont pleinement opérationnelles.

Pour ce qui est de l'ORT Ardennes, il convient de relever l'engagement d'un gestionnaire à plein temps ainsi que la reprise par l'ORTAL des coordinateurs des trois Ententes touristiques de la région des Ardennes. Par ailleurs, le personnel et les activités de l'association « Guides touristiques des Ardennes luxembourgeoises » ont été intégrés dans ce nouvel organe.

De même, les deux coordinatrices de L'Entente des Syndicats d'Initiative et de Tourisme de la Région du Mullerthal – Petite Suisse luxembourgeoise et de la Basse-Sûre ont été reprises par l'ORT Région Mullerthal – Petite Suisse luxembourgeoise. Un gestionnaire pour l'ORT Région Mullerthal – Petite Suisse luxembourgeoise a été engagé en décembre 2008.

Les missions des ORT consistent principalement dans :

- la création de nouveaux produits touristiques,
- l'encadrement du bénévolat,
- la coordination des actions des acteurs régionaux,
- le renforcement du marketing régional.

En 2009, les deux ORT se sont dotés d'un « Masterplan opérationnel » dans lequel les missions prioritaires pour la période 2009-2011 ont été définies. Pour 2009 la mission prioritaire consistait à améliorer la visibilité de l'offre touristique, notamment par le biais d'une présentation plus suggestive.

Afin de remplir ces missions, les ORT ont développé certains outils.

Une plateforme de coopération « Business to Business (B2B) » a été créée en vue d'avoir un outil de communication avec les partenaires des ORT (syndicats d'initiative, hôtels, campings, auberges de jeunesse, locations, attractions, commerçants, etc.).

Un recensement exhaustif de l'offre touristique a permis de développer un pool de visibilité et de suggestivité qui sert d'information aux touristes mais qui sert également à l'organisation de programmes ou de séjours sur demande.

Se basant sur leurs brochures d'informations respectives « What's On 2009 » (le calendrier régional des manifestations), les ORT ont développé l'outil « What's On Today » et « What's On Coming Soon ». Des informations concernant les manifestations du jour même « What's On Today » ainsi que sur les manifestations des jours à venir « What's On Coming Soon » et les conditions météorologiques, sont diffusées à travers des écrans d'ordinateur ou LCD, mais aussi à travers les écrans de télévision dans les chambres d'hôtels.

Les ORT ont de plus assuré des journées de formation touristique destinées à toutes les personnes ayant un contact direct avec les touristes (Front-People).

En ce qui concerne la mise en place des ORT pour les régions de la Moselle et du Sud, des séances d'information ainsi que diverses réunions ont eu lieu en 2009. Les négociations se poursuivront en 2010, afin de doter ces deux régions d'un Office Régional du Tourisme.

XI. LES ACTIVITES PROMOTIONNELLES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME EN 2009

Face à la crise économique internationale, l'ONT a renforcé ses efforts de promotion pour atteindre quelque 74,6 millions de clients potentiels. Il a pu de ce fait dépasser le record établi au cours de l'année culturelle 2007 (72 millions de contacts) !

Ce résultat a été rendu possible grâce au soutien du Ministère du Tourisme et des membres de l'ONT. La collaboration avec le Ministère et avec ses représentations touristiques à l'étranger a été d'une grande intensité. La proximité entre le Ministère et l'ONT s'est montrée au sein du Conseil d'Administration et du Comité de Gérance, où les représentants du Ministère ont initié, respectivement soutenu activement, tous les grands projets. En plus, la collaboration entre les employés du Ministère et de l'ONT a lieu quasiment quotidiennement et ceci à tous les niveaux et entre tous les services.

L'Office comptait en 2009 196 membres. 7 partenaires ont été acceptés par l'Assemblée Générale en décembre 2009 comme nouveaux membres de l'ONT : les communes de Betzdorf, Frisange, Manternach et Flaxweiler, ainsi que le Festival d'Echternach, le Festival de Wiltz et le Cube 521.

Suite à la nomination de M. Schank en tant que Ministre du Logement et Ministre délégué au Développement durable et aux Infrastructures, le Conseil d'Administration de l'ONT a élu le 22 octobre 2009 M. Francis Dahm comme nouveau président de l'ONT.

1) Les démarches et stratégies en 2009

❖ Mission et stratégies

La mission principale de l'ONT, définie par ses statuts, est d'élaborer, de coordonner et d'effectuer la promotion touristique nationale. Dans la convention établie entre l'Etat et l'ONT, l'Etat reconnaît un intérêt national à l'activité de l'Office. Une nouvelle convention a été signée entre l'Etat luxembourgeois et l'ONT le 15 janvier 2009.

Les objectifs de l'ONT sont :

- l'augmentation du nombre d'arrivées et de nuitées,
- l'étalement des arrivées sur toute l'année et le pays entier,
- le développement d'une image de marque forte, basée sur une identification du Luxembourg à travers un produit touristique authentique et unique.

Les stratégies 2009 visaient à :

- promouvoir systématiquement les différents champs thématiques,
- promouvoir un tourisme de qualité et sensibiliser à la concurrence par la qualité,
- consolider les marchés émetteurs principaux et progresser sur les marchés émetteurs secondaires et tiers,
- identifier et exploiter les segments de clientèle à potentiel élevé,
- -stimuler l'innovation,
- développer des synergies avec les partenaires du secteur touristique, de la culture, du commerce et la Grande Région.

❖ **Identification des marchés et les principaux thèmes de la promotion en 2009**

L'ONT effectue en permanence des recherches sur l'évolution du secteur touristique. Les études et analyses effectuées par l'European Travel Commission, l'Organisation Mondiale du Tourisme, les bureaux d'études spécialisées étrangers (WES, ODIT..), le bureau d'étude luxembourgeois Quest, mais également par le Statec permettent à l'ONT d'identifier les marchés et les thèmes pour la promotion touristique de l'année.

Les deux campagnes publicitaires majeures en 2009 promouvaient « les randonnées » et « les villes et villages de charme ». Les thèmes « culture/events », « gastronomie » et « shopping » furent abordés dans le cadre de ces campagnes.

2) La promotion touristique

❖ **Campagnes publicitaires**

Les campagnes publicitaires collectives thématiques « Randonnées » et « Villes et villages de charme » ont connu un franc succès (+18% par rapport à 2008) et ont pu toucher un total estimé à 19,5 millions de clients potentiels en Belgique, Allemagne, France, Grande-Bretagne et aux Pays-Bas. Les annonces ont directement drainé les clients intéressés sur deux sites Internet qui constituaient le cœur de ces campagnes.

En complément aux deux campagnes principales, l'ONT a activement participé à la promotion du «Luxembourg Festival ». Ensemble avec les CFL, le produit « randonnée de gare en gare » faisait partie de la promotion d'un tourisme actif. Le concours www.photos-luxembourg.lu « Rail & Bus – Ma qualité de vie » a été également lancé avec les CFL sous le haut patronage du Ministère des Transports et a rencontré un succès exceptionnel.

Une campagne pour le SmartMix a été réalisée sur plusieurs sites internet étrangers.

Relations publiques

En 2009 le service Presse et relations publiques a organisé 11 voyages de presse en groupe et a accueilli 11 équipes de télévision. 27 journalistes étaient escortés individuellement.

❖ Rédaction de communiqués de presse

L'ONT présente régulièrement des communiqués sur www.visitluxembourg.lu et publie les Press News. Ces dernières regroupent des articles que le journaliste peut insérer directement dans ses médias. Les Press News sont envoyés quatre fois par an à quelque 2.500 journalistes.

❖ Foires et salons

En 2009, l'ONT et le Ministère du Tourisme ont participé à 7 foires grand public qui ont cumulé 1,2 millions de visiteurs. Les 7 salons professionnels et les 2 workshops ont connu une participation de plus de 250.000 professionnels.

Chaque année, le choix des salons, foires et workshops se fait d'un commun accord entre les partenaires exposants, le Ministère du Tourisme et l'ONT.

Des mailings personnalisés avant ainsi qu'un suivi personnalisé (avec proposition d'itinéraires et de programmes sur mesure) après chaque salon professionnel sont la base d'une excellente collaboration avec le secteur professionnel.

❖ Voyages d'études pour professionnels

49 hôtels et attractions ont accueilli, dans le cadre de 17 voyages d'études pour professionnels, un total de 334 agents de voyages de 7 pays différents.

Un programme sur mesure et suivant les intérêts des professionnels est proposé chaque fois par l'ONT. Une implication directe des partenaires et des responsables des bureaux à l'étranger garantit le succès de chaque voyage d'étude.

❖ Nouvelles technologies

Le site www.visitluxembourg.lu a totalisé en 2009 1.129.107 visites réalisées par 500.462 visiteurs. 19.934.560 pages d'information ont été consultées.

De nos jours, 74% des internautes utilisent un moteur de recherche pour trouver leur séjour. Les possibilités techniques, ainsi que les attentes des utilisateurs, évoluent chaque année.

Une trentaine de noms de domaines soutiennent le référencement et quelque 950 liens redirigent sur d'autres sites.

❖ « Sites satellites » et « Web 2.0 »

Aux sites satellites liés aux campagnes publicitaires « Randonnées » et « Villes et villages de charmes », s'est rajouté un troisième site satellite pour le concours de photos « Rail & Bus – Ma qualité de vie ». Ce dernier fonctionne comme site interactif « Web 2.0 ».

❖ www.visitluxembourg.lu

En 2009, le site a fait peau neuve en appliquant la charte graphique. Le module « Dynamic Packaging » a été instauré sur la page d'accueil. Le site offre dorénavant toute une panoplie de services :

- SmartMix et centrales de réservation,
- Digimails,
- Concours (séjours thématiques offerts par les partenaires de l'ONT),
- Banque d'images,
- Arrangements forfaitaires.

❖ www.salesguide.lu

Le « salesguide.lu » est un site spécifique, créé par l'ONT pour les professionnels du tourisme. En 2009, il a été entièrement retravaillé visuellement et complété par de nouvelles rubriques. Il est dorénavant disponible en français, allemand, anglais et néerlandais.

❖ www.visiteurope.com

L'utilisation du site Internet de l'European Travel Commission (ETC) a permis à l'ONT d'obtenir une ouverture intéressante sur les marchés lointains.

❖ **Prix DEXIA-ONT de l'Innovation dans le tourisme**

Le sujet du DEXIA-ONT Prix de l'Innovation a été en 2009 le « Tourisme des jeunes ». 18 candidatures ont été soumises au jury et 3 lauréats furent décernés dans les catégories : associations sans but lucratif, organismes soutenus par les autorités publiques et sociétés commerciales.

❖ **Journée Nationale de l'Incoming**

La Journée Nationale de l'Incoming de l'ONT a pour but d'informer les responsables du secteur touristique luxembourgeois sur des thèmes d'actualité et de permettre un échange de vues entre les acteurs touristiques. L'édition 2009 a eu lieu le 18 juin et avait comme sujet le « shopping tourisme », qui était un des principaux thèmes promotionnels de 2009.

❖ **Accueil**

Gare centrale

Le Bureau d'accueil national a pu renseigner 64.016 clients en 2009. Des travaux importants ont permis de donner une image plus dynamique et attrayante du tourisme luxembourgeois.

Aéroport

Ensemble avec le Ministère du Tourisme et l'Administration des Travaux Publics, l'ONT a développé un projet d'aménagement du bureau en espace touristique. 1.734 clients ont pu être accueillis en 2009.

Aires de repos

Des expositoires ainsi que des bornes interactives permettent au client de se renseigner 24/24h. En 2009, un total de 279.811 brochures y fut distribué. L'ONT est également présent avec du personnel les jours de grande affluence (14 présences en 2009).

❖ **Actions de sensibilisation**

En 2009 plus de 2,3 millions de personnes ont visité les événements au cours desquels l'ONT avait organisé des actions de sensibilisation touristique.

Les actions de sensibilisation sont réalisées en complément aux foires traditionnelles. Leur but est de proposer au client, dans son milieu habituel (centres commerciaux, zones piétonnes, centres culturels), des informations touristiques sur le Grand-Duché.

❖ **LuxembourgCard 2009**

La LuxembourgCard permettait en 2009 de visiter gratuitement 56 attractions touristiques. La Mobilitétszentral et les acteurs du transport public (Ministère des Transports, CFL, AVL, TICE) ont offert la gratuité aux utilisateurs de la LuxembourgCard. La carte était valable de 1 à 3 jours pour personnes individuelles ou pour familles.

La brochure accompagnant la carte avait un tirage de 40.000 exemplaires. En 2008, 5.000 cartes ont été vendues et quelque 33.000 visites effectuées. (Les résultats 2009 seront disponibles en 2010).

La LuxembourgCard était intégrée dans toutes les actions de promotion de l'ONT.

❖ **Expédition**

Le service expédition a diffusé 2,17 millions de prospectus en 2009 (publications de l'ONT, du Ministère du Tourisme et des membres de l'ONT).

La gestion du dépôt de l'ONT à Contern est entièrement informatisée. Le programme de gestion permet de suivre quasiment chaque prospectus de la commande jusqu'au destinataire. Il permet

également de faire une analyse détaillée de l'expédition et de définir ainsi les quantités à imprimer pour l'année suivante.

Depuis janvier 2009, le dépôt à Contern assure également le stockage des prospectus édités par le LCTO.

❖ **Edition touristique**

L'ONT a publié 1.569.000 brochures et dépliants en 2009.

La nouvelle carte touristique, éditée en mars 2009, n'est plus axée sur les régions mais sur les thèmes principaux comme arguments de vente.

❖ **Iconothèque sur Intranet**

L'ONT fait chaque année l'acquisition de clichés de photographes professionnels pour ses propres besoins, mais également pour les mettre à la disposition de ses partenaires. La banque d'images AJARIS de l'ONT permet de gérer d'une façon professionnelle plus de 6.000 clichés.

❖ **Agendalux.lu**

Jusqu'à 1.250 manifestations, 200 attractions, 100 expositions et 35 articles sont présentés dans chaque édition.

L'Agendalux.lu est édité 10 fois par an et a connu un tirage total de 661.000 exemplaires en 2009.

Le site www.agendalux.lu a été rajeuni et est dans la même ligne que le site www.visitluxembourg.lu et les brochures de l'ONT.

La newsletter hebdomadaire a également été retravaillée. Elle informe sur les manifestations et expositions phares de la semaine à venir. Le nombre d'abonnés à la newsletter a augmenté de 50% (4.500 abonnés).

La sélection des articles se fait ensemble avec le Ministère de la Culture. Toutes les manifestations à caractère touristique ou culturel des membres de l'ONT sont reprises dans la partie calendrier.

3) Les actions par marché

❖ **Allemagne**

La campagne sur le thème « Randonnées » a été déclinée sur le marché allemand dans les magazines spécialisés « Outdoor Magazin » et « Wanderwelten », ainsi que dans le magazine de voyages « Urlaub Perfekt ».

D'autres annonces ont été insérées dans la partie « voyage » de journaux comme par exemple « Frankfurter Allgemeine Zeitung », « Tambiente Aktiv Urlaubsmagazin » ou « Campings, Cars & Caravans ».

Une annonce, mettant tout particulièrement en évidence les possibilités d'excursions, de visites et de randonnées avec le train a été publiée dans le magazine « Eisenbahnjournal »

La campagne sur les villes et villages de charme était présente dans « Geo Saison » et la « Süddeutsche Zeitung », tandis que le flyer relatif au Luxembourg Festival a été distribué via les magazines spécialisés « Crescendo » et « Fono Forum ».

Deux voyages d'études pour groupes de journalistes avaient pour thème les randonnées de gare en gare respectivement le Mullerthal Trail.

Le Luxembourg était présent aux foires grand public à Sarrebruck, Stuttgart, Essen et Düsseldorf et aux salons professionnels ITB à Berlin et RDA à Cologne (spécialisé sur les autocaristes). En outre, l'ONT participait au workshop «B-to-B» Benelux-Roadshow. 5 voyages d'études pour professionnels étaient organisés.

❖ Belgique

Des annonces sur le thème des randonnées ont été insérées dans des médias comme « Uit Magazine », dans la presse spécialisée (« op Weg », « Marching 2009 »), ainsi que dans « Vakantiemagazine », l'outil de communication du salon des vacances de Bruxelles qui est édité par le Ministère du Tourisme à 500.000 exemplaires.

La campagne de publicité sur le thème des villes et villages de charme s'est traduite à travers des insertions dans le magazine de voyage « Touring Explorer » (édition flamande) ou dans le quotidien « De Standaard ». Avec le LCTO, l'ONT était également présent dans la presse professionnelle (Travel Magazine).

En 2009, l'ONT était particulièrement actif à Bruxelles : participation au press workshop de l'Union des Offices Etrangers de Tourisme sur invitation de l'agence touristique du Ministère du Tourisme, et organisation de deux conférences de presse, dont une en collaboration avec le LCTO et l'autre avec Luxembourg Festival.

En 2009, les professionnels belges du secteur touristique ont découvert le Luxembourg lors de 4 voyages d'études.

L'agence touristique du Ministère, accompagnée de partenaires commerciaux, a représenté le Luxembourg aux foires grand public de Bruxelles et d'Anvers ainsi qu'au workshop « Travel » à Bruxelles.

❖ Pays-Bas

La campagne « randonnées » était de toute première importance sur ce marché avec des annonces dans le périodique de l'ANVB « Buitenleven », dans « DeFiets- en Wandelgids » dans « Wandel- en Fietswijzer » et ensemble avec le secteur du camping dans « Kampeer & Caravan Kampionen ».

La campagne de publicité « villes et villages de charme » a été publiée dans « National Geographic Traveller » (ensemble avec le LCTO) et « Plus ».

A l'initiative de l'agence touristique du Ministère à La Haye, un dossier de 16 pages a été publié dans le magazine « Travelution » et sur la plate-forme e-learning de ce projet.

Le service Relations Publiques de l'ONT a été invité par l'agence touristique du Ministère à La Haye afin de participer au workshop pour la presse ANTOR.

Suite aux voyages de presse, nombre de journaux ont publié des articles, p.ex. le « Het Parool » ou le « Nederlands Dagblad ».

L'agence touristique du Ministère, accompagnée de partenaires commerciaux, a représenté le Luxembourg au salon Vakantiebeurs à Utrecht. Ce salon est de loin le plus grand salon touristique des Pays-Bas. Deux voyages d'études pour revendeurs ont eu lieu sur ce marché.

❖ France

Un des titres phares en matière de magazine pour randonneurs « Rando & Ballade » tout comme le magazine « Notre temps » ont été sélectionnés pour la campagne « randonnées ».

La campagne « villes et villages de charme » est parue dans « Le Point » « Détours en France » et « Ulysee », des informations sur l'offre culturelle dans le magazine pour la presse professionnelle « Bus & Car » et dans la presse spécialisée « Classica » et « Lettre du Musicien ».

Suite aux voyages de presse à l'adresse du marché français, des reportages ont été publiés dans des périodiques prestigieux comme « Le Nouvel Observateur », « Femme Actuelle » ou encore « La Vie du Rail ». La chaîne de télévision « France 3 » et la station « Radio Classique » ont réalisé des émissions à l'initiative de l'ONT.

L'ONT était présent au salon « MAP le Monde » à Paris. Une action de sensibilisation a été réalisée à l'occasion du salon « d'ici et d'ailleurs » qui est le premier salon dans une station de métro.

❖ Grande-Bretagne

Le sujet des randonnées a été présenté au client britannique dans « Country Walking », « CSMA », édité par le club automobile du Royaume-Uni et dans « National Geographic Traveller ». L'ONT a

promu le module SmartMix du SNIRT sur www.tripadvisor.co.uk et www.holidaycheck.co.uk et a organisé un voyage d'étude pour les professionnels.

❖ Japon

Dans le cadre de la coopération « Frabelux », les actions du Ministère du Tourisme et de l'ONT ont produit des articles dans les journaux « Rasin » et « Yuyu », un stand commun à l'évènement B-to-C de ANTOR, la publication d'un dépliant, une prospection pour tour-opérateurs dont « JTB World Vacations » (1^{er} TO japonais) et la création d'un site Internet.

❖ Chine

Afin de préparer au mieux l'Exposition Mondiale de Shanghai de 2010, le Ministère du Tourisme et l'ONT ont déjà pris plusieurs initiatives en 2009, p.ex. l'encadrement d'une équipe de TV Beijing.

L'ONT a entretenu des contacts intenses avec des tour-opérateurs basés en Europe et organisant des itinéraires pour des groupes chinois.

❖ Pays de l'Est et pays nordiques

L'ONT a encadré le tournage d'une émission pour la première chaîne de télévision russe et a organisé un voyage d'étude pour des tour-opérateurs.

Un article est paru dans deux journaux slovènes.

L'ONT a participé au salon professionnel Holiday World à Prague.

❖ Etats-Unis

En étroite collaboration avec la représentation touristique à New York, l'ONT a organisé un voyage de presse qui était suivi d'articles dans les médias imprimés, mais également sur le site johnnyjet.com (élu un des 10 meilleurs sites Internet par OAL).

Après l'annonce de « Iceland Express » de lancer des vols réguliers entre Luxembourg et New York, l'ONT et l'agence touristique de New York ont pris contact avec les responsables de cette compagnie en vue d'une étroite collaboration.

L'agence touristique de New York et l'ONT ont accueilli 27 tour opérateurs américains.

L'ONT a inséré régulièrement une annonce dans le mensuel « Luxembourg News Of America ».

❖ Luxembourg

D'une façon hebdomadaire, les informations de l'Agendalux.lu ont été reprises par les grands médias luxembourgeois : « Luxemburger Wort », « Tageblatt », « Revue » et « Point 24 ». Des annonces pour l'Agendalux.lu étaient insérées dans les cahiers de programme distribués lors des concerts à la Philharmonie, dans « Editus City », dans la brochure du Festival International Echternach respectivement du Festival de Wiltz, dans le « Luxemburger Wort » et dans le « Tageblatt ».

La LuxembourgCard a pu profiter d'une couverture médiatique grâce à des insertions dans de nombreux supports comme l'almanach Gaart & Heem, l'annuaire de la Fédération Luxembourgeoise de Tennis de Table, le guide des horaires LuxAirport Guide, la carte routière de Logis de Luxembourg ou Visit Luxembourg.

La campagne du concours www.photos-luxembourg.lu « Bus & Rail – ma qualité de vie » était axée sur l'affichage de posters dans toutes les gares du pays, sur l'habillage d'une locomotive des CFL et sur des annonces dans l'hebdomadaire « Revue ». En plus des flyers ont renvoyé les intéressés vers le site internet.

L'ONT, ensemble avec le Ministère du Tourisme, était présent à la foire grand public « Vakanz ».

Une action de sensibilisation de grande envergure a eu lieu au « Shopping Center Belle Etoile ». Lors de 7 autres occasions, l'ONT était présent avec un stand.

L'ONT a conclu une convention avec le Tageblatt pour le VIP Concours et une convention avec la Revue pour le VIP Club.

❖ Autres pays

En Italie, une annonce a été insérée dans le magazine « Musica » et ceci dans le cadre de la campagne de promotion du Luxembourg Festival.

L'ONT et le Ministère du Tourisme étaient présents au salon professionnel Fitur à Madrid. Un voyage d'études pour professionnels et un deuxième pour journalistes espagnols ont été organisés par l'ONT. Des articles ont été publiés entre autre dans « 20 Minutos » et sur le site « elConfidencial.com ».

Annexe I : Tableaux statistiques / STATEC

Arrivées et nuitées: Hôtels, auberges, pensions

	Arrivées janvier à juillet			Nuitées janvier à juillet		
	2008	2009*	2009/08 (en %)	2008	2009*	2009/08 (en %)
Ensemble du pays	405 124	382 771	-5,5	794 861	716 676	-9,8
dont Ville de Luxembourg	213 666	204 605	-4,2	416 256	382 435	-8,1
Reste du pays	191 458	178 166	-6,9	378 605	334 241	-11,7

Source: STATEC

* chiffres provisoires

Arrivées et nuitées: Campings

	Arrivées janvier à juillet			Nuitées janvier à juillet		
	2008	2009*	2009/08 (en %)	2008	2009*	2009/08 (en %)
Ensemble du pays	99 107	87 975	-11,2	566 824	439 141	-22,5

Source: STATEC

* chiffres provisoires

Arrivées et nuitées: Autres moyens d'hébergement

	Arrivées janvier à juillet			Nuitées janvier à juillet		
	2008	2009*	2009/08 (en %)	2008	2009*	2009/08 (en %)
Ensemble du pays	55 636	55 436	-0,4	162 537	153 209	-5,7

Source: STATEC

* chiffres provisoires

ANNEXE II : Tableaux statistiques / Luxembourg City Tourist Office

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

	2009	2008	2007	Evol.en% 08/09	Evol.en% 07/08	Evol.en% 07/09
Information touristique	203 993	223 548	254 917	-8,75%	-12,31%	-19,98%
<i>Bureau d'accueil</i>	<i>177 742</i>	<i>198 630</i>	<i>222 285</i>	<i>-10,52%</i>	<i>-10,64%</i>	<i>-20,04%</i>
<i>luxembourg jackets</i>	<i>26 251</i>	<i>24 918</i>	<i>32 632</i>	<i>+5,35%</i>	<i>-23,64%</i>	<i>-19,55%</i>
Personnes guidées	205 520	232 480	270 960	-11,60%	-14,20%	-24,15%
Sous-Totaux	409 513	456 028	525 877	-10,20%	-13,28%	-22,13%
Casemates (Bock+Pétrusse)	89 532	106 404	109 771	-15,86%	-3,07%	-18,44%
Totaux	499 045	562 432	635 648	-11,27%	-11,52%	-21,49%

LE BUREAU D'ACCUEIL A LA PLACE GUILLAUME II 2005-2009

nat.	mois	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	total	% du total	évol. en val. abs.
	années															
allemands	2009	919	1 486	1 986	4 426	4 834	4 887	4 977	6 635	5 290	6 076	1 481	1 604	44 601	25,09%	-11,46%
	2008	1 341	1 813	3 872	3 195	7 452	4 213	6 564	7 291	5 892	6 225	1 359	1 158	50 375	25,36%	-20,29%
	2007	1 425	1 970	2 818	6 835	6 422	7 202	7 221	8 888	7 461	8 453	2 603	1 900	63 198	28,43%	+19,67%
	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%	
belges	2009	162	356	285	382	345	287	459	634	312	366	444	216	4 248	2,39%	-26,90%
	2008	250	402	403	310	607	726	859	716	554	457	249	278	5 811	2,93%	-29,51%
	2007	335	372	469	811	586	394	1 357	1 285	965	731	544	395	8 244	3,71%	+32,71%
	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%	
espagnols	2009	305	339	321	637	608	546	1 066	2 145	639	557	482	310	7 955	4,48%	+0,58%
	2008	323	400	563	392	637	626	1 217	1 883	603	563	376	326	7 909	3,98%	-0,19%
	2007	245	269	342	605	394	635	1 232	2 040	704	548	458	452	7 924	3,56%	+2,86%
	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%	
français	2009	952	1 884	1 774	3 192	3 406	2 179	3 681	5 573	2 704	2 620	1 867	1 511	31 343	17,63%	-11,74%
	2008	1 578	2 509	2 356	2 920	3 984	2 102	4 307	6 780	2 581	2 699	2 191	1 504	35 511	17,88%	-9,02%
	2007	1 674	2 246	2 313	3 701	3 616	3 117	4 730	6 524	3 374	2 831	2 700	2 204	39 030	17,56%	+6,13%
	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%	
anglais	2009	310	451	537	968	1 108	1 030	1 869	1 970	1 412	1 279	513	565	12 012	6,76%	-10,14%
	2008	481	618	860	891	1 460	1 258	1 942	2 149	1 520	1 171	541	476	13 367	6,73%	-10,38%
	2007	403	666	779	1 310	1 513	1 487	1 921	2 251	1 829	1 311	766	680	14 916	6,71%	+31,49%
	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%	
italiens	2009	110	83	100	167	228	191	298	809	151	178	66	99	2 480	1,40%	-7,91%
	2008	140	147	132	125	308	232	390	772	142	121	87	97	2 693	1,36%	+1,24%
	2007	102	108	147	232	179	212	254	842	202	137	127	118	2 660	1,20%	-11,63%
	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%	
luxembourgeois	2009	1 053	1 088	1 496	2 010	1 833	1 740	1 907	2 450	1 424	1 638	1 369	1 181	19 189	10,80%	-8,27%
	2008	1 219	1 220	2 050	1 969	1 702	1 600	2 432	2 591	1 389	2 055	1 417	1 276	20 920	10,53%	-21,86%
	2007	2 375	1 551	2 378	2 554	2 115	2 012	2 166	2 989	3 813	1 682	1 616	1 521	26 772	12,04%	+13,03%
	2006	1 578	1 336	2 118	2 143	2 154	2 511	2 488	2 622	1 793	2 016	1 556	1 371	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%	
néerlandais	2009	313	612	562	1 242	1 683	1 142	3 156	4 241	1 163	1 164	499	623	16 400	9,23%	-18,91%
	2008	416	841	924	1 102	2 221	1 228	4 845	4 865	1 396	1 227	549	611	20 225	10,18%	-14,06%
	2007	457	1 018	911	1 203	2 185	1 772	4 828	5 486	2 028	2 128	805	714	23 535	10,59%	+17,94%
	2006	400	684	561	1 297	2 083	1 474	3 345	5 633	1 807	1 644	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%	
scandinaves	2009	37	49	55	158	93	149	307	195	137	116	79	70	1 445	0,81%	-12,32%
	2008	59	66	103	86	189	138	372	159	135	198	92	51	1 648	0,83%	+44,18%
	2007	40	40	60	132	50	126	285	93	128	79	73	37	1 143	0,51%	-34,80%
	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%	
pays de l'est	2009	236	142	305	487	725	584	577	1 024	624	460	467	193	5 824	3,28%	-20,10%
	2008	345	221	491	755	878	480	956	1 305	525	547	546	240	7 289	3,67%	+13,59%
	2007	230	141	414	542	717	433	911	1 053	842	587	311	236	6 417	2,89%	-27,24%
	2006	549	249	366	1 442	1 240	819	1 148	1 224	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%	
pays d'asie	2009	191	336	438	1 747	1 195	507	582	961	536	462	359	427	7 741	4,36%	-0,76%
	2008	417	313	602	1 226	1 263	652	707	1 078	461	532	241	308	7 800	3,93%	-3,72%
	2007	209	319	398	1 756	1 110	609	651	1 010	543	597	466	433	8 101	3,64%	-16,07%
	2006	318	303	515	2 727	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%	
américains	2009	287	258	388	578	618	831	533	593	734	329	295	215	5 659	3,18%	-20,45%
	2008	378	436	621	600	1 018	904	848	710	654	447	258	240	7 114	3,58%	-0,60%
	2007	269	216	464	435	945	847	981	766	830	639	376	389	7 157	3,22%	-21,59%
	2006	394	313	572	965	1 437	1 204	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%	
divers	2009	700	889	1 045	1 759	2 128	1 598	2 829	2 660	1 710	1 703	995	829	18 845	10,60%	+4,88%
	2008	861	922	1 184	1 194	1 925	1 542	2 427	2 884	1 595	1 617	1 040	777	17 968	9,05%	-12,15%
	2007	905	872	1 221	1 978	1 834	2 543	2 696	2 822	1 870	1 585	1 196	931	20 453	9,20%	-4,13%
	2006	1 046	1 023	1 133	2 435	1 817	2 247	2 786	3 247	1 976	1 865	1 073	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%	
														TOTAL	% du total	
totaux	2009	5 575	7 973	9 292	17 753	18 804	15 671	22 241	29 890	16 836	16 948	8 916	7 843	177 742	100,00%	-10,52%
	2008	7 808	9 908	14 161	14 765	23 644	15 701	27 866	33 183	17 447	17 859	8 946	7 342	198 630	100,00%	-10,64%
	2007	8 669	9 788	12 714	22 094	21 666	21 389	29 233	36 049	24 589	16 867	9 938	9 289	222 285	100,00%	+4,76%
	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%	

Tableau comparatif du nombre des visiteurs des casemates de 2004 à 2009

BOCK	2009	2008	2007	2006	2005	2004
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	0 p	0 p	2 010 p	564 p	231 p	0 p
M	0 p	7 164 p	5 382 p	3 732 p	6 895 p	4 933 p
A	0 p	7 727 p	11 785 p	9 122 p	6 894 p	9 289 p
M	1 283 p	13 528 p	13 237 p	10 383 p	12 623 p	12 078 p
J	8 482 p	9 116 p	10 257 p	9 053 p	8 742 p	9 690 p
J	14 998 p	16 383 p	15 878 p	14 018 p	14 217 p	15 051 p
A	15 524 p	16 833 p	15 554 p	16 159 p	15 455 p	16 399 p
S	9 367 p	9 988 p	10 884 p	9 136 p	8 895 p	9 114 p
O	11 146 p	10 332 p	12 021 p	7 299 p	10 465 p	10 389 p
N	1 468 p	780 p	2 071 p	1 267 p	1 232 p	342 p
D	0 p	0 p	170 p	0 p	0 p	0 p
TOTAL	62 268 p	91 851 p	99 249 p	80 733 p	85 649 p	87 285 p

PETRUSSE	2009	2008	2007	2006	2005	2004
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	919 p	0 p	0 p	634 p	0 p
A	4 498 p	301 p	0 p	1 143 p	375 p	1 009 p
M	5 848 p	801 p	0 p	0 p	873 p	467 p
J	2 838 p	776 p	1 059 p	1 112 p	414 p	1 157 p
J	6 199 p	5 237 p	3 837 p	3 613 p	3 086 p	3 591 p
A	7 083 p	5 334 p	4 483 p	5 304 p	4 795 p	4 773 p
S	798 p	1 185 p	1 143 p	1 330 p	855 p	821 p
O	0 p	0 p	0 p	0 p	370 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
TOTAL	27 264 p	14 553 p	10 522 p	12 502 p	11 402 p	11 818 p

BOCK+PETRUSSE	2009	2008	2007	2006	2005	2004
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	0 p	0 p	2 010 p	564 p	231 p	0 p
M	0 p	8 083 p	5 382 p	3 732 p	7 529 p	4 933 p
A	4 498 p	8 028 p	11 785 p	10 265 p	7 269 p	10 298 p
M	7 131 p	14 329 p	13 237 p	10 383 p	13 496 p	12 545 p
J	11 320 p	9 892 p	11 316 p	10 165 p	9 156 p	10 847 p
J	21 197 p	21 620 p	19 715 p	17 631 p	17 303 p	18 642 p
A	22 607 p	22 167 p	20 037 p	21 463 p	20 250 p	21 172 p
S	10 165 p	11 173 p	12 027 p	10 466 p	9 750 p	9 935 p
O	11 146 p	10 332 p	12 021 p	7 299 p	10 835 p	10 389 p
N	1 468 p	780 p	2 071 p	1 267 p	1 232 p	342 p
D	0 p	0 p	170 p	0 p	0 p	0 p
TOTAL	89 532 p	106 404 p	109 771 p	93 235 p	97 051 p	99 103 p

Tableaux comparatifs du nombre de guides mis mensuellement à disposition par le LCTO de 2004 à 2009 ainsi que du nombre de personnes ayant été guidées mensuellement par les soins du LCTO pendant la même période

nbre de guides	2009	2008	2007	2006	2005	2004
J	86 guid	90 guid	74 guid	81 guid	87 guid	82 guid
F	89 guid	111 guid	84 guid	76 guid	103 guid	95 guid
M	234 guid	238 guid	275 guid	222 guid	290 guid	249 guid
A	450 guid	617 guid	529 guid	516 guid	636 guid	495 guid
M	675 guid	828 guid	887 guid	739 guid	835 guid	752 guid
J	589 guid	609 guid	926 guid	643 guid	795 guid	704 guid
J	636 guid	641 guid	765 guid	679 guid	687 guid	633 guid
A	675 guid	809 guid	832 guid	749 guid	801 guid	694 guid
S	705 guid	846 guid	1137 guid	859 guid	868 guid	869 guid
O	590 guid	600 guid	786 guid	578 guid	655 guid	571 guid
N	208 guid	246 guid	267 guid	203 guid	228 guid	218 guid
D	201 guid	177 guid	212 guid	174 guid	151 guid	151 guid
TOTAL	5 138 guid	5 812 guid	6 774 guid	5 519 guid	6 136 guid	5 513 guid

nbre de pers.	2009	2008	2007	2006	2005	2004
J	3 440 p	3 600 p	2 960 p	3 240 p	3 480 p	3 280 p
F	3 560 p	4 440 p	3 360 p	3 040 p	4 120 p	3 800 p
M	9 360 p	9 520 p	11 000 p	8 880 p	11 600 p	9 960 p
A	18 000 p	24 680 p	21 160 p	20 640 p	25 440 p	19 800 p
M	27 000 p	33 120 p	35 480 p	29 560 p	33 400 p	30 080 p
J	23 560 p	24 360 p	37 040 p	25 720 p	31 800 p	28 160 p
J	25 440 p	25 640 p	30 600 p	27 160 p	27 480 p	25 320 p
A	27 000 p	32 360 p	33 280 p	29 960 p	32 040 p	27 760 p
S	28 200 p	33 840 p	45 480 p	34 360 p	34 720 p	34 760 p
O	23 600 p	24 000 p	31 440 p	23 120 p	26 200 p	22 840 p
N	8 320 p	9 840 p	10 680 p	8 120 p	9 120 p	8 720 p
D	8 040 p	7 080 p	8 480 p	6 960 p	6 040 p	6 040 p
TOTAL	205 520 p	232 480 p	270 960 p	220 760 p	245 440 p	220 520 p