

RAPPORT ANNUEL 2018

CHIFFRES CLÉS

197.946

Contacts à l'information
touristique

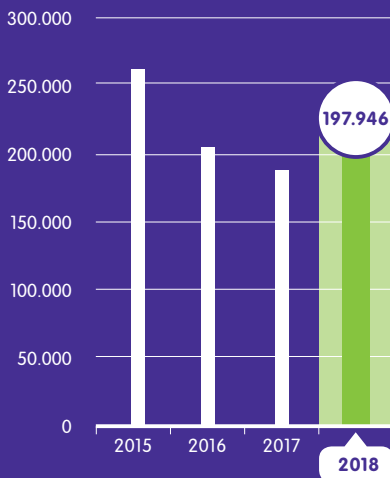
7.096

Tours guidés

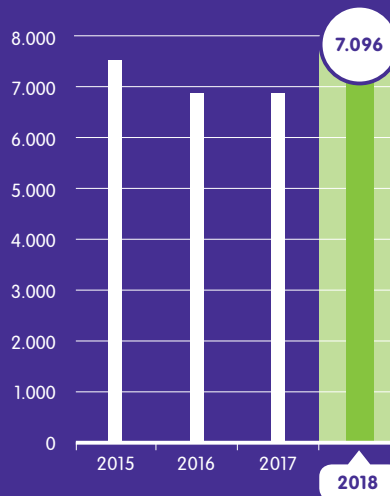
130.463

Visiteurs aux casernes
du Bock

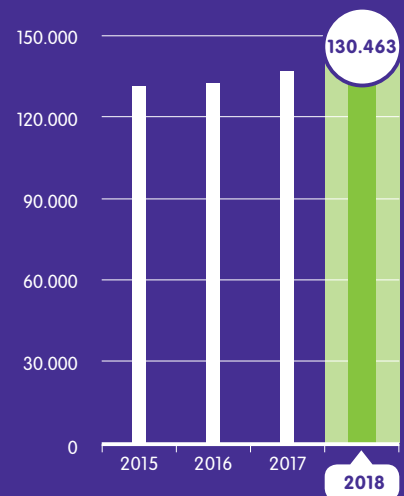
NOMBRE DE VISITEURS
INFORMATION TOURISTIQUE
(BUREAU D'ACCUEIL + LUXEMBOURG
JACKETS) DE 2015 À 2018



NOMBRE DE TOURS GUIDÉS
ORGANISÉS PAR LE LCTO
DE 2015 À 2018



NOMBRE DE VISITEURS
DES CASEMATES DU BOCK
DE 2015 À 2018



905

Tours guidés
en juillet 2018

2.068

Tours
en langue
anglaise

1.830

Tours
en langue
allemande

914

Tours
en langues
française

869

Evénements culturels
(co-)organisés
par le LCTO

11.727

Visiteurs
au Palais
grand-ducal

20.732

Pages likes
sur facebook

Le Conseil d'administration

Suite aux élections statutaires s'étant déroulées à l'occasion de l'Assemblée Générale en date du 25 juillet 2017 et suite à la répartition subséquente des charges au sein du Conseil d'administration, celui-ci se composait en 2018 de la façon suivante :

Président de patronage

Madame le Bourgmestre Lydie POLFER

Délégué de la Ville

Monsieur l'Echevin Serge WILMES

Président

Monsieur Marc ANGEL

Vice-présidents

Monsieur Wolfgang SCHROEDER

Monsieur Nico MARGUE

Trésorier

Monsieur Alain RIX

Membres

Monsieur Germain BIRGEN

Monsieur Carlo CRAVAT

Madame Anne DARIN

Monsieur Hubert GLESENER

Monsieur Marcel GOERES

Monsieur Roger HAMEN

Monsieur François KOEPP

Monsieur Patrick LAMESCH

Madame Renée NOESEN

Présidents d'honneur

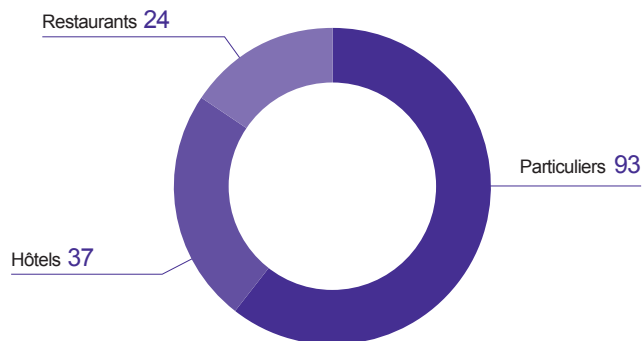
Monsieur le Dr Jean GOEDERT

Monsieur Jean-Pierre WAGENER

Directeur honoraire

Monsieur Roland PINNEL

Les Membres



Le Bureau exécutif

Président

Monsieur Marc ANGEL

Vice-présidents

Monsieur Wolfgang SCHROEDER

Monsieur Nico MARGUE

Trésorier

Monsieur Alain RIX

La Direction

Directeur

Tom BELLION

Directrice adjointe

Martine VOSS

Le Staff

SALES & OPERATIONS

Head of Sales & Operations

Tanja BOLLENDORF

Luxembourg Convention

Bureau

Tiziana CARUSO

Sarina MIGGE

Patrick STOFFEL

Guided Tours

Nadine KNEPPER

Diane OLINGER

Germain WEBER

Information Desks

& Hospitality

Alex ARENDT

Jean-Claude CONTER

Claude FELTES

Chantal FLAMMANG

Diane MAJERUS

Alexandra ROELTGEN

Natascha STEICHEN-BONIFAS

Luc THILLMANN

Casemates

Claudio CARUSO

Eric SPAUTZ

Carlo SPELTZ

Pit PIXIUS

EVENTS & CULTURE

Head of Events & Culture

Raymond HORPER

Festivals & Concerts

Serge BAUSCH

Serge KIEFFER

Roby SCHULER

MARKETING

Head of Marketing

Edgar JANSSEN

Promotion &

Public Relations

Cathy GIORGETTI

Marc JECK

Dany SCHNEIDER

Social Media

& Webmarketing

Janine FLECK

GENERAL SERVICES

Information Technologies

David DE OLIVEIRA

Administration & Accounting

Maisy COLLES

Monique DAHM

Miriam GOUVERNEUR

Jill RIPPINGER

Extrait des statuts du Luxembourg City Tourist Office

Art. 1^{er}. L'association est dénommée « Luxembourg City Tourist Office », en abrégé « LCTO ». Elle se réserve la désignation ancienne « Syndicat d'Initiative et de Tourisme de la Ville de Luxembourg (S.I.T.) – a.s.b.l. ».

Art. 2. L'association a pour but

- de prendre des initiatives en vue du développement du tourisme sur le territoire de la Ville de Luxembourg ;
- de gérer un ou plusieurs bureaux d'accueil ayant pour mission d'informer les touristes et d'organiser leur séjour ;
- d'organiser des visites guidées de la Ville de Luxembourg et du pays ;

- d'éditer tout genre de documentation touristique ;
- de gérer un département des congrès permettant de promouvoir, d'acquérir et d'organiser la tenue de rencontres nationales et internationales sur le territoire de la Ville de Luxembourg ;
- d'organiser des manifestations culturelles au sens le plus large du terme.

Pour réaliser ces objectifs l'association peut collaborer avec tous les acteurs publics et privés, nationaux et internationaux, oeuvrant dans ces domaines.



Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l.

30, place Guillaume II | L-1648 Luxembourg | B.P. 181 L-2011 Luxembourg

T (+352) 22 28 09 | touristinfo@lcto.lu | www.luxembourg-city.com

Impressum

Editeur : Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l. | N°TVA : LU15621823 – R.C.S. Luxembourg F 754

Conception graphique : www.mv-concept.lu

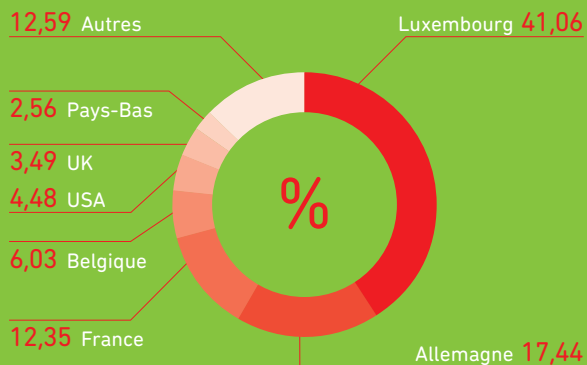


Marketing

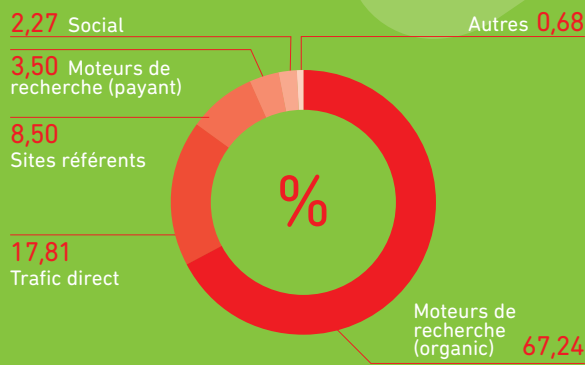
CHIFFRES CLÉS

SITE WWW.LUXEMBOURG-CITY.COM

Fréquentation par pays



Source de trafic



Le département « Marketing » regroupe l'ensemble des services et personnels impliqués au niveau de la promotion de la destination, des produits touristiques et culturels et des actions de communication y relatives.

Le dynamisme touristique urbain est le fruit d'un travail de longue date en matière de promotion et de communication que le Luxembourg City Tourist Office assure depuis de nombreuses années, en concertation avec ses partenaires, sur les marchés de proximité prioritaires (Allemagne, Belgique, France, Pays-Bas, Royaume-Uni).

Promotion & Public Relations

Foires, workshops et actions de sensibilisation

Le Luxembourg City Tourist Office a maintenu en 2018 sa présence, aux côtés d'autres acteurs, sur les foires et workshops touristiques et professionnels, permettant ainsi de promouvoir davantage les atouts de Luxembourg auprès des décideurs et visiteurs potentiels.

Parallèlement aux rendez-vous incontournables du secteur touristique « loisir » et « MICE » (Vakanz, Salon de Vacances Bruxelles, ITB Berlin, IMEX, IBTM, ITB Asia, e.a.), le Luxembourg City Tourist Office a prêté son concours à des actions de promotion au Luxembourg et à l'étranger, comme :

- la 4^e édition de l'« Explore Luxembourg » en date du 30 et 31 mars 2018 ;
- la présence du Luxembourg City Tourist Office aux foires et salons régionaux dans le cadre de sa coopération avec les villes partenaires de QuattroPole ;
- la présence du Luxembourg City Tourist Office dans le cadre de la présidence luxembourgeoise du sommet de la Grande Région à Trèves et à Rust ;
- la participation du Luxembourg City Tourist Office et du Luxembourg Convention Bureau à la promotion commerciale effectuée par le Ministère de l'Économie aux salons internationaux et/ou lors d'une mission économique en Chine ainsi que dans le cadre des coopérations avec ECM (European

Cities Marketing) et ICCA (International Congress and Convention Association).

Annonces et campagnes publicitaires

Comme pour les années précédentes, le Luxembourg City Tourist Office a réalisé des annonces imprimées, synonymes de sérieux et de visibilité, mais a surtout privilégié les campagnes publicitaires en ligne sur les marché-cibles : Allemagne, Belgique, France, Pays-Bas, Royaume-Uni.

Parmi ces marchés, le Luxembourg City Tourist Office a visé comme à l'accoutumée en premier lieu le marché allemand, toujours premier marché-source en matière de tourisme urbain. Des annonces ciblées essentiellement sur le thème des casemates et des visites guidées ont ainsi été publiées dans des magazines spécialisés. D'autres publications bien ciblées ont été réalisées avec des partenaires comme QuattroPole, Luxembourg for Tourism et Ministère de l'Économie...

Soucieux de renforcer sa présence sur le marché luxembourgeois, le Luxembourg City Tourist Office a coopéré avec différentes associations luxembourgeoises, notamment la Fédération Luxembourgeoise de Marche Populaire (FLMP) dans le cadre de l'événement-clé « All you can walk ».

Matériel de promotion

Beaucoup de pochettes de documentation ont été préparées dans le cadre des diverses manifestations - en supplément à la demande d'entreprises ou d'institutions publiques et privées.

Editions touristiques

Les brochures touristiques professionnelles (b-to-b), touristiques (b-to-c) et culturelles continuent à être un important vecteur d'information pour la clientèle du Luxembourg City Tourist Office. Chaque support édité existe en version papier et en version digitale sur le site www.luxembourg-city.com/fr/mediatheque et le contenu est véhiculé dans les différentes rubriques du site.

En 2018, le Luxembourg City Tourist Office a édité une série de brochures et de dépliants dans plusieurs langues afin de promouvoir la capitale, informer sur les services et tours guidés en vente et sur les événements culturels à venir.

Actions de communication

A travers ses multiples actions de communication en 2018, le Luxembourg City Tourist Office a :

- contribué à améliorer l'image de marque touristique de la capitale et du pays : Luxembourg dynamique, ouvert et fiable ;
- ciblé les marchés de proximité (L, DE, FR, BE, NL, UK) les plus porteurs à travers des campagnes de presse et de publicité thématiques ;
- axé ses messages-clé sur l'attractivité de la ville de Luxembourg en tant que destination tendance pour les séjours de courte durée, sur la beauté de la forteresse, le patrimoine UNESCO à Luxembourg, l'offre culturelle, le shopping et les atouts de Luxembourg en tant que ville de congrès et d'affaires ;
- amélioré son site internet www.luxembourg-city.com tout en augmentant sa visibilité grâce aux techniques de SEO ;
- renforcé de manière notable sa communication digitale mobile, communautaire et multicanal à travers le développement des réseaux Facebook, Twitter et Instagram tout en investissant plus de budget dans les campagnes sociales payantes menant vers des landing pages web pertinentes.

Médias

Grâce à l'envoi très régulier d'informations et à l'organisation de conférences de presse et d'interviews, les activités du Luxembourg City Tourist Office sont régulièrement reprises dans les médias.

Journalistes et « bloggers » en reportage à Luxembourg

En 2018, le Luxembourg City Tourist Office a accompagné, en étroite collaboration avec Luxembourg for Tourism, de nombreux journalistes, « bloggers » et « influenceurs » en reportage dans la capitale et les a épaulés à travers la mise à disposition de contenus et d'informations, de programmes personnalisés, d'organisation d'interviews, d'aide lors de plans de tournages et de facilitation logistique (hébergement, restauration, etc).

Il en a résulté de nombreux articles, blog posts, émissions et mentions en ligne dans les médias allemands, français, belges, néerlandais, anglais, américains, italiens, espagnols, chinois ou japonais. La destination Luxembourg a été mise en avant dans des reportages ou émissions de tourisme, de découverte, de lifestyle, de gastronomie ainsi que dans des reportages culturels et portraits urbains.

Les programmes et la couverture media sont le fruit d'une bonne coopération avec les partenaires touristiques, l'hôtellerie, les restaurateurs, les acteurs culturels, les musées et les commerçants.

Campagnes de communication autour des festivals urbains

Le Luxembourg City Tourist Office est l'un des majeurs organisateurs de festivals et d'événements culturels dans la capitale au profit d'un tourisme urbain culturel en expansion.

Côté communication, chaque festival a ancré sa propre identité visuelle grâce à des campagnes intégrées transfrontalières. En 2018, les événements et festivals Explore Luxembourg, Summer in the City, Fête de la Musique, pour laquelle une nouvelle identité « Luxembourg City-Capital of Music » a été développée en 2018, Kinnekswiss loves... (nouvelle identité développée en 2018), Rock um Knuedler, Blues'n Jazz Rallye, Streeta(rt)nimation, MeYouZik, Winterlights, ainsi que les concerts « Plëss in concert » et « Concerts de Midi », ont gagné en notoriété grâce à des campagnes d'information en ligne, sociales, radio, tv, de flyering, direct mailing et d'affichage dans l'espace public.

Chaque festival bénéficiant de son propre domaine web, le Luxembourg City Tourist Office gère :

- six microsites web festivals :

www.summerinthecity.lu
www.kinnekswissloves.lu
www.meyouzik.lu
www.rockumknuedler.lu
www.bluesjazzrallye.lu
www.streetartnimation.lu

- des landing pages sur www.luxembourg-city.com pour :

les Concerts de Midi
le « Plëss in Concert »
le programme de la Fête de la Musique dans la capitale
les « Winterlights »

Social Media & Webmarketing

www.luxembourg-city.com

Le site www.luxembourg-city.com est le site officiel de la ville de Luxembourg en tant que destination touristique. La majorité des visiteurs utilisent le site comme source d'inspiration en amont de leur voyage, mais le site est aussi largement consulté par les résidents et habitants de la Grande-Région à la recherche de bons plans.

Les optimisations du site portent sur une approche 100% « mobile first », une navigation plus fluide, une catégorisation par intérêt des visiteurs, des contenus plus pertinents, une stratégie SEO et SEA à long terme et la création de plusieurs landing pages qui mettent en avant les actualités les plus importantes en synergie avec les campagnes via les réseaux sociaux. Tout au long de l'année, le Luxembourg City Tourist Office a investi une grande partie de son budget de marketing en ligne au référencement SEO (Search Engine Optimization).

Côté performances, le site www.luxembourg-city.com a enregistré les chiffres suivants : 476.600 visiteurs uniques (+10,33%) dont 83,1% sont des visiteurs nouveaux, 657.072 sessions (+8,03%), 1.607.959 pages vues (+6,84%). Peu de changements au niveau des origines des visiteurs : 41,06% proviennent du Luxembourg, 17,44% de l'Allemagne, 12,35% de la France et 6,03% de la Belgique. Les augmentations de trafic les plus notoires en 2018 en termes de pourcentages proviennent de la Suisse (+29,43%), de la France (+29,20%), de l'Italie (+27,12%), des États-Unis (+28,28%), de l'Allemagne (+22,40%) et de l'Espagne (+22,24%). L'agenda culturel, les infos liées aux festivals et événements et les visites guidées sont les contenus les plus recherchés.

Les consultations mobiles représentent 48,98% des recherches totales, contre 42,36% de consultations desktop et 8,66% de tablets. Les trois sources majeures du trafic sont aujourd'hui : les moteurs de recherche (67,24%), l'accès direct (17,81%) et les sites référents (8,50%). Le samedi, 21 juillet, date du festival « Blues'n Jazz Rallye », le site web a enregistré 7.552 visites, le record de consultation de l'année.

Facebook, Twitter, Instagram

Les médias sociaux, partie importante de la stratégie de communication du Luxembourg City Tourist Office, sont des moyens excellents pour promouvoir les événements culturels et les activités touristiques de la capitale et pour dialoguer avec les internautes.

En complément de la création d'événements et des posts réguliers, plusieurs campagnes Facebook Ads autour des festivals estivaux et attractions touristiques à visiter ont suscité beaucoup d'intérêt et ont mené les clients aux diverses landing pages de www.luxembourg-city.com.

Depuis novembre, le Luxembourg City Tourist Office a fortement accentué sa présence sur les réseaux sociaux en développant une réelle présence active sur Instagram et Twitter en complément de sa présence sur Facebook.

Fin 2018, la page FB est aimée par 20.732 personnes (+20,79%). Les top fans de la page sont, en très large partie, les résidents luxembourgeois, suivis des résidents français, belges et allemands. Instagram rassemble 2.608 abonnés et le compte Twitter est suivi par 759 personnes.



Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l.
30, place Guillaume II | L-1648 Luxembourg | B.P. 181 L-2011 Luxembourg
T (+352) 22 28 09 | touristinfo@lcto.lu | www.luxembourg-city.com



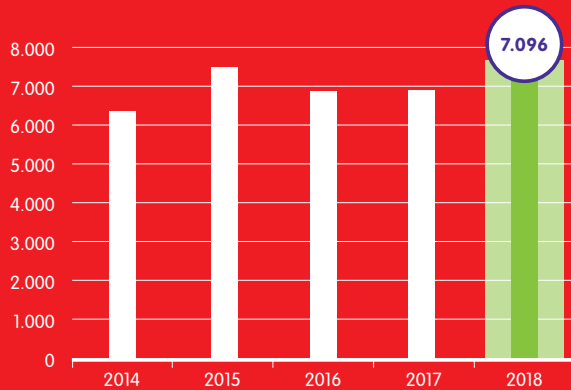
Impressum

Editeur : Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l. | N°TVA : LU15621823 – R.C.S. Luxembourg F 754
Conception graphique : www.mv-concept.lu

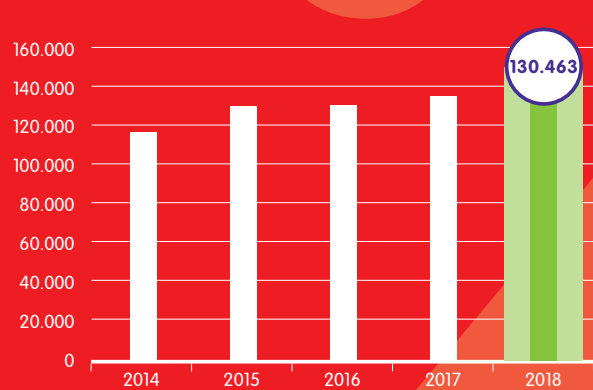
Sales & Operations

CHIFFRES CLÉS

NOMBRE DE TOURS GUIDÉS ORGANISÉS PAR LE LCTO DE 2014 À 2018



NOMBRE DE VISITEURS DES CASEMATES DU BOCK DE 2014 À 2018



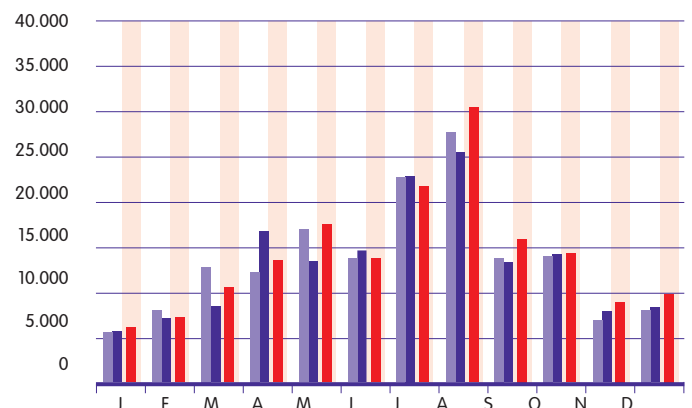
Le département « Sales & Operations » regroupe l'ensemble des services et personnels impliqués au niveau de la vente des produits et qui sont en contact direct avec les visiteurs de la ville et autres tiers. Il englobe les services Information Desks & Hospitality, Guided Tours, Casemates et Luxembourg Convention Bureau.

Information Desks & Hospitality

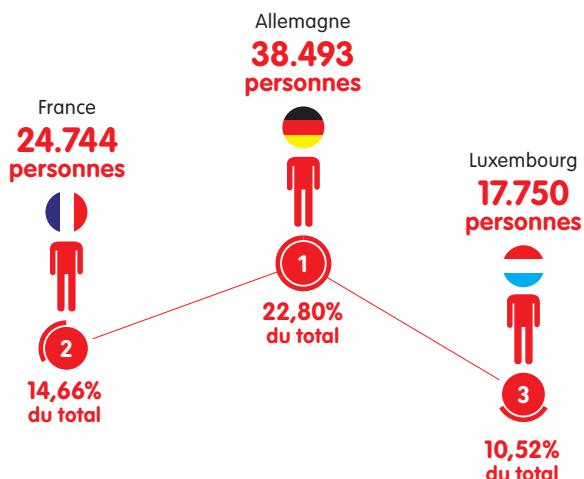
L'équipe « Information Desks & Hospitality » comprend les équipes du Front Office, en contact direct avec les visiteurs de la ville, ainsi que le Back Office, en charge – entre autres – des contacts via téléphone et internet. Les services offerts sont multiples allant de l'information touristique-culturelle sur la capitale et les différentes régions du pays jusqu'à la vente de souvenirs, de tickets de concerts ou de billets pour tours guidés (City Promenade, circuit Wenzel, Palais grand-ducal...). Le Back Office s'occupe en plus partiellement des mises à jour du site web du Luxembourg City Tourist Office et de son agenda, la gestion de la vente en ligne, l'archivage des publications et la mise à jour de certaines banques de données. Le Back Office a contribué à la gestion des réseaux sociaux (facebook, twitter et instagram.)

Le bureau d'accueil du LCTO à la Place Guillaume II, ouvert sept jours sur sept (sauf le 25 décembre et le 1er janvier), est le point d'information et d'accueil central des touristes visitant la ville de Luxembourg, voire le Grand-Duché. En 2018, l'équipe a pris en charge 197.946 visiteurs au total, dont 168.799 dans l'enceinte du bureau d'accueil Place Guillaume II et 29.147 dans le cadre de son information mobile estivale, les « Luxembourg Jackets ».

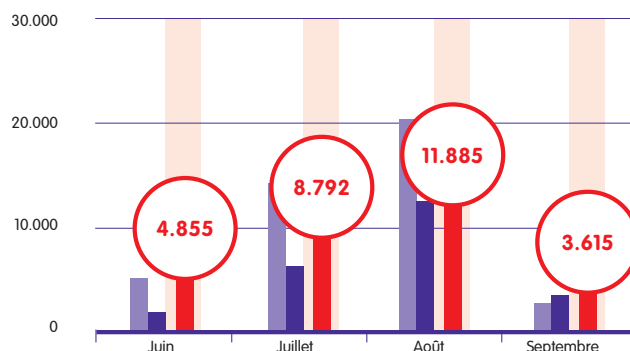
FRÉQUENTATION MENSUELLE DU BUREAU D'ACCUEIL ANNÉES 2016 / 2017 / 2018



BUREAU D'ACCUEIL PLACE GUILLAUME II PODIUM DES PAYS DE RÉSIDENCE 2018



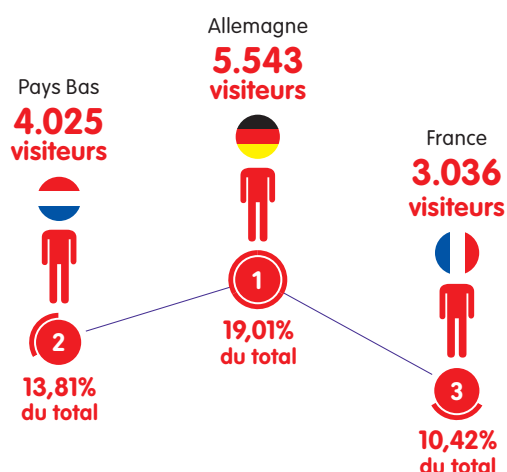
FRÉQUENTATION LUXEMBOURG JACKETS ANNÉES 2016 / 2017 / 2018



BUREAU D'ACCUEIL PLACE GUILLAUME II MEILLEURS MOIS 2018



LUXEMBOURG JACKETS PODIUM DES PAYS DE RÉSIDENCE 2018



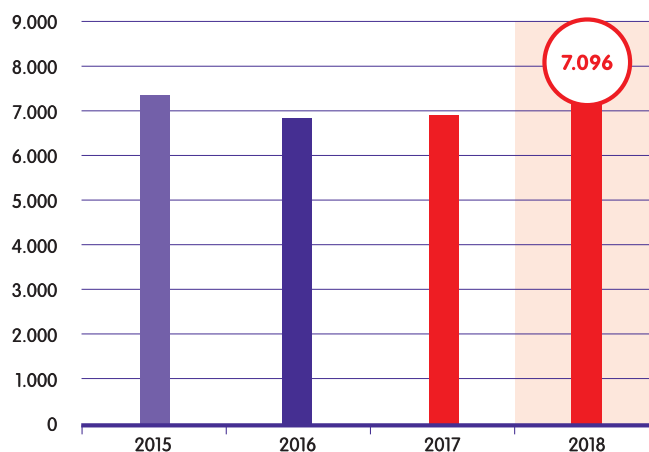
Guided tours

En 2018, 7.096 visites guidées de la ville de Luxembourg ont été organisées. Tenant compte de l'image de Luxembourg en tant que ville multiculturelle et polyglotte, nos guides savent assurer 26 langues pour accueillir au mieux notre clientèle internationale.

En 2018, l'anglais a remplacé l'allemand en tant que langue la plus demandée. L'équipe des visites guidées a organisé 2.068 tours en anglais, 1.830 tours en allemand et 914 tours en français. Les visites bilingues se répartissent comme suit : allemand/anglais 373 tours, anglais/français 237 tours et allemand/français 55 tours.

Trois visites sont organisées tout au long de l'année sans contrainte de réservation au préalable, à savoir la City Promenade (tour quotidien), le circuit Wenzel (tour hebdomadaire) et la City Promenade by Night (tour offert sur base mensuelle en hiver et sur base hebdomadaire pendant l'été). Pendant des périodes limitées, des visites guidées journalières des casemates du Bock (du 30 mars au 16 septembre) ainsi que du Palais grand-ducal (du 14 juillet au 2 septembre) ont été organisées.

NOMBRE DE TOURS GUIDÉS ORGANISÉS PAR LE LCTO DE 2015 À 2018



Pour la première fois en 2018, les tickets pour les visites du Palais grand-ducal ont été également vendus en ligne.

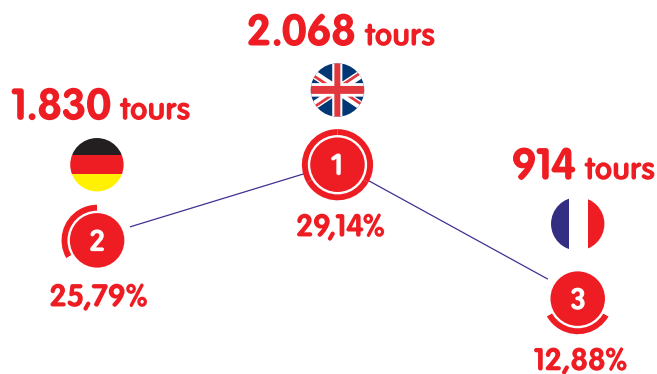
Quant aux tours thématiques sur demande qui sont organisés pour les voyageurs, pour des associations, écoles, universités ou autres groupes, le cimetière militaire américain en combinaison avec le centre-ville a connu le plus grand succès (321 réservations), suivi du circuit Wenzel (141 réservations) et de la City Promenade for Kids (110 réservations).

En 2018, le service « Guided tours » a travaillé en partenariat avec des acteurs publics afin de sensibiliser le grand public à des thématiques bien précises comme par exemple la mobilité douce, le patrimoine culturel de la ville, ou bien le rôle des femmes dans la société. Ainsi des tours ont été proposés pour la journée des femmes (8 mars), la semaine de la mobilité (du 16 au 22 septembre), les journées du patrimoine (du 23 au 30 septembre) ainsi que dans le cadre de l'exposition « De mains de maîtres » (du 28 novembre au 2 décembre).

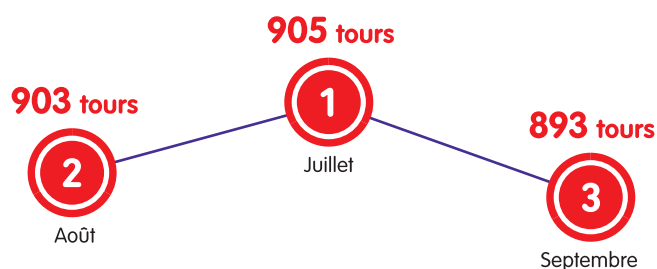
L'éventail des circuits thématiques a été élargi par trois nouveaux tours en 2018 :

- Le circuit « UNESCO » a été élaboré sous la tutelle du Ministère de la Culture et de la Commission luxembourgeoise pour la coopération avec l'UNESCO. Il a été lancé en juin, et peut être réservé sur demande auprès du LCTO.
- Le circuit « Art(isanat d'art) en ville » a été élaboré dans le cadre de l'exposition « De mains de maîtres », un événement sous la tutelle de LL.AA.RR. le Prince Guillaume et la Princesse Stéphanie. Ce nouveau circuit montre les œuvres de nombreux artisans d'art dans l'espace public, tel que des monuments et façades de bâtiments emblématiques.
- Le circuit « Timetravel » a été lancé en décembre 2018 en tant que projet pilote de la Ville de Luxembourg. Les participants découvrent la ville d'antan avec une application alimentée de photos et de films, et ils plongent ensuite dans le Pfaffenthal de l'année 1867 grâce à des lunettes 3D.

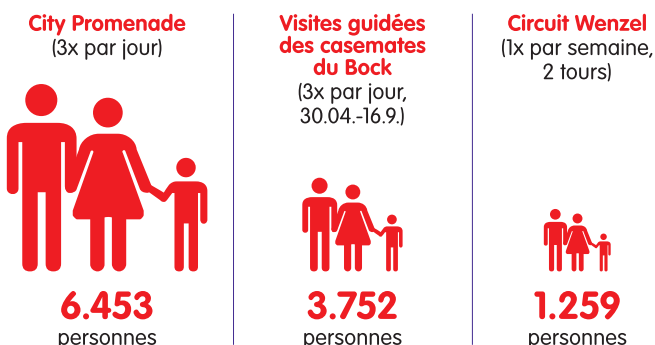
TOURS GUIDÉS PODIUM LANGUES 2018



TOURS GUIDÉS MEILLEURS MOIS 2018



PARTICIPATION AUX TOURS GUIDÉS RÉGULIERS EN 2018



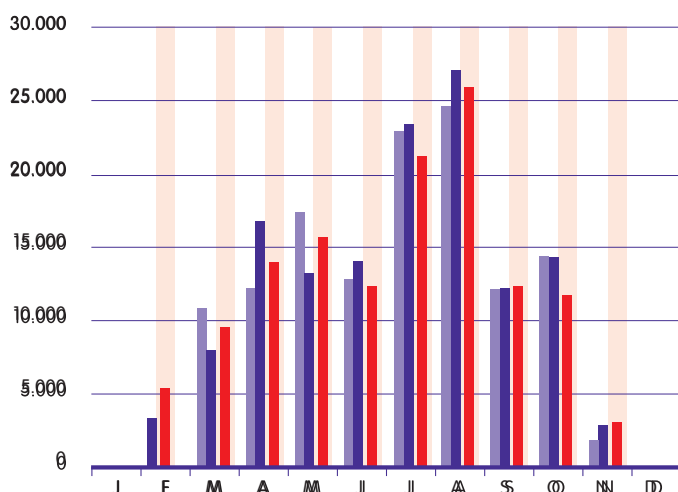
Casemates

Les casemates de Luxembourg, inscrites depuis 1994 sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, sont la principale attraction touristique de la capitale grand-ducale. Uniques au monde, ces galeries souterraines labyrinthiques taillées dans le rocher, témoignent du passé glorieux de la légendaire ville-forteresse, surnommée le « Gibraltar du Nord ».

Les casemates du Bock avec la crypte archéologique, situées montée de Clausen, ont été visitées par 130.463 personnes en 2018. Les mois d'août (25.880 entrées), de juillet (21.142 entrées) et de mai (15.586 entrées) ont vu la plus grande affluence de visiteurs.

Entre le 30 mars et le 16 septembre, trois visites guidées par jour ont permis aux visiteurs intéressés d'immerger dans l'histoire de ce patrimoine culturel. Des guides multilingues étaient disponibles à 11h00, à 14h00 et à 16h00. En total, 3.752 personnes ont profité de cette offre.

**FRÉQUENTATION MENSUELLE
DES CASEMATES DU BOCK**
ANNÉES 2016 / 2017 / 2018



Luxembourg Convention Bureau

Forte de son expertise dans le secteur MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), l'équipe en place a pu développer au cours de la dernière décennie d'une manière conséquente le volume des activités et a su amplifier l'offre de services proposés aux clients potentiels et autres acteurs du secteur.

Un service spécialisé à la croisée des chemins du secteur MICE

Le Luxembourg Convention Bureau (LCB), bureau officiel des congrès de la Ville de Luxembourg reste de loin le premier interlocuteur pour les *business events* dans la capitale, voire dans le pays. Son activité repose d'une part sur le marketing et l'acquisition de nouveaux clients potentiels et d'autre part, sur le conseil et l'aide à l'organisation, où il joue le rôle d'interface entre les organisateurs, les agences événementielles et les prestataires de services in situ.

En développant les missions très différenciées qui sont les siennes, le LCB s'est positionné au fil des années à la croisée des chemins du secteur MICE luxembourgeois.

L'acquisition de nouveaux congrès et événements MICE et la promotion du Luxembourg

En 2018, l'équipe du LCB a travaillé avec beaucoup d'engagement à la promotion de la destination « Luxembourg » auprès des différents acteurs du secteur MICE à l'étranger.

Le LCB a par ailleurs participé à la représentation de la destination sur les salons professionnels majeurs IMEX à Francfort et IBTM à Barcelone, ainsi que lors du ICCA Sector Destination Marketing International small Client/Supplier Business Workshop, du ICCA France Benelux Chapter Summit, du ICCA AMP Association Meetings Programme et du Congrès ICCA (International Congress and Convention Association).

Afin d'attirer de nouveaux congrès internationaux au Luxembourg, le LCB a répondu aux appels d'offre en envoyant aux organisateurs de congrès des dossiers de candidature (Bid Books) incluant une offre de la destination en répondant très précisément à tous les critères spécifiques du cahier de charges émis par l'organisateur. Ainsi, des Bid Books ont été réalisés avec les partenaires adéquats pour des événements planifiés pour 2019, 2020, 2021 et 2022.

En 2018, la destination a accueilli, selon les informations recueillies par le LCB, des événements majeurs tels que :

- 73rd Conference of the International Federation of Airline Pilots' Associations - IFALPA
- ALFI European Asset Management Conference
- 47^{ième} réunion de l'EPRA
- 25th Conference of the International Association of Insurance Supervisors - IAIS
- November Annual Conference of the European Council of International Schools - ECIS - Annual Educators Conference - InspiRED
- ICT Spring
- 40th Annual Meeting of the European Safeguards Research and Development Association - ESARDA

- IEEE/IFIP International Conference on Dependable Systems and Networks - DSN 2018
- 37th Conference of the International Association of Law Libraries - IALL
- 1st Eave Producers Workshop 2018
- 27th EBN Congress « Future of Innovation » - European BIC Network
- ALFI Global Distribution Conference
- Conférence « Innovation, space technologies and patents » 2018
- Joint meeting of SIG10 Social Interaction in Learning and Instruction and SIG21 Learning and Teaching in Culturally Diverse Settings and SIG 25 on Education Theory 2018
- 30st Colloquium of the ADMEE - Europe 2018
- EuraAudit International Annual Congress 2018
- ALFI PE & RE Conference 2018
- AMFORTH World Forum
- 12th International Conference on Web Reasoning and Rule Systems - RR 2018 - Summer School Reasoning Web - RW 2018
- NewSpace Europe
- 49th Annual Meeting of the European Ramblers' Association - ERA
- Learning2 Europe 2018
- ECM Annual CEO Meeting 2018

Conseil et aide à l'organisation

Via son système de réservation en ligne, le LCB a traité les réservations de chambres d'hôtels pour 8 manifestations.

Dans le cadre de sa mission de conseil, le LCB a traité 482 demandes (majoritairement pour des congrès/conférences, événements et réunions/séminaires). 32,16% des demandes sont parvenues en direct des entreprises de différents secteurs, 20,75% d'agences, 11,83% d'institutions, 14,94% d'associations et 20,32% de personnes privées. 28,22 % de ces 482 demandes ont été relayées via le site MICE du GIE Luxembourg for Tourism.

Cluster MICE Luxembourg

Le Cluster MICE Luxembourg, initié en 2015 par le Ministère de l'Economie, a pour objectif de regrouper les acteurs professionnels publics et privés du secteur, afin de développer et de fédérer leur expertise et leur savoir-faire dans un objectif de mieux positionner le Luxembourg dans le domaine du tourisme d'affaires et de congrès.

Luxembourg Convention Bureau (Groupement d'intérêt économique)

En date du 29 novembre 2018 a été juridiquement constitué le Luxembourg Convention Bureau GIE.

Le nouveau bureau de congrès à vocation nationale sera un levier primordial pour le développement du secteur des *business events* au Luxembourg et contribuera à réaliser la volonté politique de « faire du secteur MICE luxembourgeois à l'avenir une des 50 meilleures destinations pour l'organisation de congrès internationaux » (programme gouvernemental 2018 – 2023).

En tant qu'interlocuteur privilégié des organisateurs de congrès nationaux et internationaux, le LCB GIE constituera une étape cruciale et un important maillon de l'ambitieux processus de restructuration et de professionnalisation du secteur des *business events*.

Le LCB GIE est composé de deux membres qui participent de manière paritaire au financement et aux prises de décision, à savoir la Ville de Luxembourg et l'Etat du Grand-Duché de Luxembourg.

Les activités et compétences du département congrès du LCTO de même que celles du Cluster MICE Luxembourg géré par le GIE Luxembourg For Tourism seront intégrées dans la nouvelle structure.



Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l.
30, place Guillaume II | L-1648 Luxembourg | B.P. 181 L-2011 Luxembourg
T (+352) 22 28 09 | touristinfo@lcto.lu | www.luxembourg-city.com



Impressum

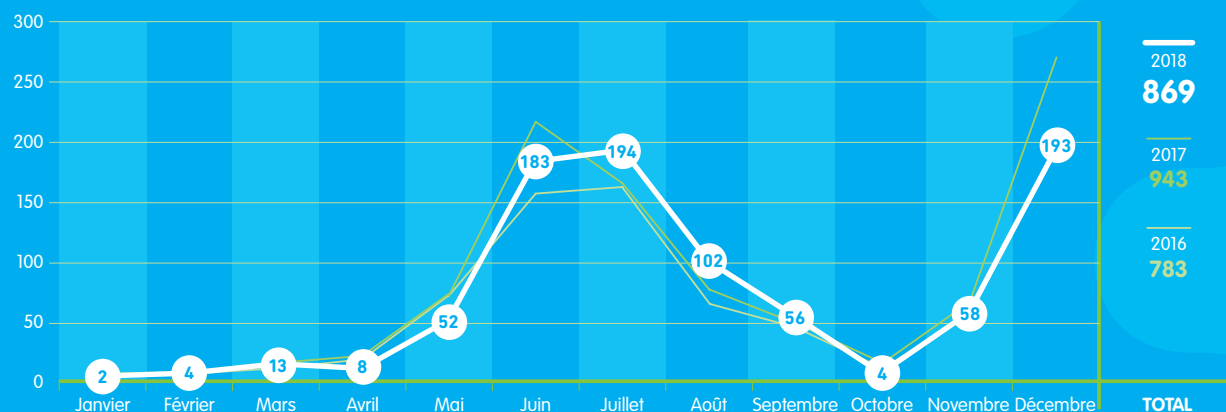
Editeur : Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l. | N°TVA : LU15621823 – R.C.S. Luxembourg F 754
Conception graphique : www.mv-concept.lu

Events & Culture

CHIFFRES CLÉS

NOMBRE DE MANIFESTATIONS CULTURELLES

ANNÉES 2016/2017/2018



En 2018, le service « Festivals & Concerts » du LCTO signait de nouveau responsable d'une programmation culturelle originale et de qualité : 869 événements culturels organisés par le LCTO ont échelonné l'année 2018 et ont ainsi contribué activement à l'attractivité et à la convivialité de la capitale. Concerts open-air ou en salle, festivals de musique, concert gratuits, concerts pour public averti ou grandes « fêtes » populaires, petits concerts ou grandes manifestations nécessitant un effort substantiel en logistique, musique classique, théâtre de rue, animations pour enfants – une palette riche et variée pour tous les goûts et tous les âges.

Diversité également quant au day-to-day business : création et élaboration de projets culturels, budgétisation conséquente, planification et travail sur le terrain lors de multiples événements LCTO, mais aussi consultation et conseil au service de nombreux partenaires institutionnels et privés, nationaux, régionaux et transfrontaliers.

Passons en revue les multiples facettes de l'animation culturelle orchestrée par le LCTO en 2018.

Concerts de Midi

13 « Concerts de Midi » (janvier à avril et octobre à décembre), offerts gratuitement pendant les heures de midi ont de nouveau enchanté un grand public et animé l'Eglise Protestante et l'Eglise Saint Matthieu du Pfaffenthal. A part les grands noms, figuraient à l'affiche des solistes moins connus du Luxembourg et de la Grande Région et traditionnellement les tout jeunes solistes du concours européen de l'UGDA. Diversité musicale garantie !

Klassik am Park

Le cycle estival de concerts et en plein air « Klassik am Park », organisé avec succès dans sa 6e année, a eu lieu cette année exclusivement au parvis de la Villa Vauban et présentait des ensembles de musique classique dans une ambiance conviviale. Le beau temps ayant été au rendez-vous, les concerts ont enchanté pendant les heures de midi un public aussi intéressé que décontracté.

Plëss in concert

295 concerts publics gratuits sur le kiosque à la Place d'Armes : orchestres d'harmonie, fanfares, big-bands, ensembles de jazz et ensembles classique ont animé le « Salon de la ville » d'avril à octobre avec e.a. la musique classique chaque mercredi et la musique jazz chaque vendredi au rendez-vous, chaque fois à l'heure de midi. De même des soirées thématiques comme la soirée viennoise avec le concours de la Musique militaire grand-ducale ou la soirée « Summer Night Voices » présentant des singers/songwriters dans une ambiance conviviale, ont su enthousiasmer le public grâce à des prestations exceptionnelles.

Fête de la Musique

Depuis l'édition 2017, la date de la Fête de la Musique a été avancée au vendredi précédent la date officielle du 21 juin, donc en 2018 au vendredi, 15 juin sous le slogan « Luxembourg City-Capital of Music », l'offre musicale a aussi été décentralisée vers les différents quartiers de la ville comme Merl ou Kirchberg ainsi que vers les portes d'entrée majeures de la capitale comme la Gare Centrale, le P&R Bouillon et, nouveauté en 2018, le funiculaire reliant le quartier du Pfaffenthal à celui du Kirchberg.

Depuis 2012 le Conservatoire de la Ville de Luxembourg et le Luxembourg City Tourist Office ont uni toutes leurs forces pour élaborer une vaste panoplie d'activités, le jour de la Fête de la Musique, afin de présenter au grand public l'immense éventail du répertoire du Conservatoire et afin de permettre ainsi aux jeunes talents de sortir de leurs salles de répétition et de donner une démonstration de leur savoir-faire.

Outre les concerts proposés par le Conservatoire de la Ville de Luxembourg à la Place d'Armes, 70 groupes se sont partagés douze scènes installées sur différentes places au centre-ville.

Y participe également depuis 2016 l'asbl Bluebird qui s'est donnée comme mission la promotion de la scène musicale et artistique luxembourgeoise. Ainsi une quinzaine de groupes venant de différentes écoles de musique respectivement groupes et musiciens émergents ont occupé des lieux publics pour donner un aperçu sur leur créativité musicale.

Kinnekswiss loves ...

Le 30 juin, la Kinnekswiss au parc municipal s'était transformée en immense aire de jeux musicale et a accueilli le grand concert en plein air de l'Orchestre Philharmonique du Luxembourg, accompagnée d'Elīna Garanča, mezzo-soprano lettone de renommée internationale et sous la baguette de Gustavo Gimeno. Le 1er juillet la scène a été réservée pour le grand ensemble du Conservatoire de la Ville de Luxembourg en collaboration avec l'Orchestre de Chambre de Luxembourg et l'ensemble Pueri Cantores sous la direction de Marc Meyers. Grand succès pour le programme « famille » et le workshop musical auprès des petits et grands musiciens.

Fête Nationale

La Fête Nationale est un rendez-vous pour tous. La veille de la Fête Nationale, le public se présentait comme tous les ans très nombreux et se laissait enflammer sur toutes les places publiques ainsi que dans les rues adjacentes. 37 groupes ont garanti une atmosphère digne de l'événement. A la Place Guillaume II et à la Place d'Armes une programmation exclusivement luxembourgeoise a enthousiasmé le public, le Rap luxembourgeois a d'ailleurs trouvé sa propre scène à la Place du Théâtre. D'autre part le LCTO est également intervenant en d'autres lieux comme à la rue du St-Esprit, Place Auguste Engel et Place de la Constitution. Le jour même de la Fête Nationale, le LCTO a organisé quatre concerts à la Place d'Armes.

Rock um Knuedler

L'édition 2018 en date du 7 juillet s'est jouée sur les scènes installées à la Place Guillaume II, à la Place de la Constitution et dans la rue du St-Esprit.

Cette 28ème édition s'est annoncée, tout comme l'édition 2017, comme un retour aux sources d'une culture festive en plein air avec une programmation 100% luxembourgeoise. Le public a largement apprécié cette formule et les 22 groupes programmés ont tous témoigné de qualité et de richesses musicales exceptionnelles.

Le festival n'a rien perdu de son identité et de sa vocation culturelles - promouvoir la musique rock « made in Luxembourg » -, bien au contraire.

Blues'n Jazz Rallye

Toujours considéré comme un des rendez-vous incontournables du « Summer in the City », le fameux rallye de blues et de jazz a été lancé le vendredi 20 juillet avec deux concerts en avant-première à l'Hôtel Royal au centre-ville. Le samedi 21 juillet, le programme s'est enchaîné dans les quartiers de Grund, Clausen et Pfaffenthal, dans les Casemates du Bock ainsi que près de la gare du funiculaire. Chiffres-clé de l'édition 2018 : presque 200 musiciens et 91 concerts ayant eu lieu dans les cafés, clubs et restaurants participants ainsi que sur 16 scènes en plein air, nichées au pied des remparts de l'ancienne forteresse classée « Patrimoine Mondial de l'UNESCO ».

Une grande nouveauté dans la programmation de cette 24ème édition était de mettre les différentes scènes en plein air sous un thème musical bien défini avec p.ex. une scène big band, jazz guitar, jazz funk, jazz vocals, rocking blues stage, new orleans...

Streeta(rt)nimation

Organisée en pleine saison touristique, la 24ème édition de la « Streeta(rt)nimation » a de nouveau connu un énorme succès populaire. Pour la deuxième fois le « kick-off » du festival eut lieu le vendredi 3 août sous forme d'une présentation des artistes sur la Place d'Armes. Pendant les deux journées du festival, le vendredi 3 et le samedi 4 août, 25 groupes internationaux ont transformé le centre-ville en scène théâtrale vivante et ont offert 95 spectacles gratuits au total. Certains spectacles étaient fixes, d'autres ambulants et permettaient un contact très spontané avec le public. Les soirées ont fini en beauté avec un spectacle d'acrobatie à la Place Guillaume II, laissant repartir les visiteurs la tête pleine de beaux souvenirs.

MeYouZik

Créé en 2007, l'événement MeYouZik a pour but de favoriser la découverte de musiques de tous les horizons et invite ainsi à un voyage musical de sonorités inédites. En 2018 la décision a été prise de reporter la date du festival de juillet en août. Cette décision a été prise en vue de positionner le festival indépendamment du Rock um Knuedler avec la volonté d'organiser un événement autour du jour de l'Assomption. Ainsi le mardi 14 août et le mercredi 15 août, 24 groupes ont été garants d'un festival haut de gamme. Le festival s'est déroulé à la Place Guillaume II, dans la rue du St-Esprit ainsi que sur la Place de la Constitution.

Le traditionnel village du monde MeYouVillage à la Place de la Constitution a proposé dans une ambiance conviviale des cuisines du monde ainsi que des stands d'information des ONGs et d'associations actives dans l'aide au développement.

Winterlights

Du 23 novembre au 24 décembre d'innombrables lumières illuminaient la ville. Une multitude d'événements – concerts, animations, expositions et spectacles, sans oublier les marchés de Noël à la Place d'Armes, Place de la Constitution, Place Guillaume II (Patinatoire) et Place de Paris – composés en tout de 246 événements, parmi lesquels des concerts publics, des animations pour enfants, des interventions d'un moniteur de patinage, des shows sur glace, des sculpteurs de glace et des feux d'artifice ont donné à cet hiver sombre et humide une ambiance chaleureuse et unique en son genre.

RÉPARTITION MENSUELLE DES MANIFESTATIONS CULTURELLES

organisées par le service « Festivals & Concerts » pendant l'année 2018

Événement	Jan	Fév	Mars	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sep	Oct	Nov	Déc	Total
Journée de l'Europe					12								12
Fête de la Musique						70							70
Fête Nationale						37							37
Kinnekswiss loves ...						1	1						2
Rock um Knuedler							22						22
Blues 'n Jazz Rallye							91						91
Streeta(rt)imation / Groupes								25					25
MeYouZik								24					24
Marché de Noël / St Nicolas											55	191	246
Concerts de midi	2	2	2	1						2	2	2	13
Klassik am Park						1	2	1					4
LCTO en salle			1										1
Concerts Publics, Place d'Armes			9	5	32	72	75	50	52				295
Concert public, Place de Paris							1						1
Manif. diverses, Place d'Armes		2	1	2	8	2	2	2	4	2	1		26
Total mensuel	2	4	13	8	52	183	194	102	56	4	58	193	869



Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l.
30, place Guillaume II | L-1648 Luxembourg | B.P. 181 L-2011 Luxembourg
T (+352) 22 28 09 | touristinfo@lcto.lu | www.luxembourg-city.com



Impressum

Editeur : Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l. | N°TVA : LU15621823 – R.C.S. Luxembourg F 754
Conception graphique : www.mv-concept.lu

General Services

Le département « General Services » regroupe l'ensemble des services et personnels impliqués au niveau de l'administration générale et de fonctions logistiques spécifiques. Les collaborateurs y affectés sont notamment en charge de tâches et missions tenant au fonctionnement général du LCTO. Il englobe les services de comptabilité et finances, secrétariat général, ressources humaines, technologies de l'information et statistiques.

Information Technologies

Les systèmes informatiques constituent le nerf de guerre de toutes les activités menées par le LCTO. Le service en charge du suivi des systèmes informatiques a veillé au bon fonctionnement des logiciels et outils informatiques et a assisté les utilisateurs au niveau des problèmes rencontrés.

Le responsable de l'informatique a contribué aux travaux d'analyse et d'évaluation des systèmes existants menés par un sous-traitant dans le cadre du projet d'entreprise LCTO 2020. Relié à ce projet, une nouvelle infrastructure informatique a été mise en place en 2018, garantissant ainsi l'indépendance informatique du LCTO tout en respectant la conformité GDPR.

Le service informatique a en outre assuré le lien avec les fournisseurs informatiques du LCTO. Une attention particulière a été portée à l'optimisation des sites internet et les travaux de mise en conformité GDPR sont en cours.

Administration & Accounting

Comptabilité et finances

Le service comptabilité et finances a assuré, tout au long de l'exercice, les opérations de comptabilité générale : la saisie des pièces comptables, l'émission de factures clients, l'enregistrement comptable des mouvements de caisses, la comptabilisation et le suivi des extraits bancaires, la préparation des écritures en vue de l'établissement des comptes annuels, le suivi des déclarations d'impôts et de TVA, etc...

Secrétariat général et ressources humaines

En 2018, un nouvel outil de gestion du temps de présence a été mis en place. Ainsi, un nouveau système de pointage et un interface permettant aux salariés de mieux gérer leurs horaires de travail ont été lancés au cours de l'année afin de faciliter la gestion des pointages et du registre des congés. S'y ajoutent toutes les tâches administratives liées au recrutement de personnel permanent et temporaire, de salariés occasionnels, d'étudiants et de stagiaires.

De même le suivi administratif des obligations légales et réglementaires en matière de gouvernance, notamment auprès du registre de commerce et des sociétés a été assuré.

Statistiques

L'établissement des statistiques mensuelles et annuelles concernant l'évolution de l'activité touristique dans la capitale fait part des missions récurrentes. Ces données sont mises à disposition sur base bimensuelle à Luxembourg for Tourism pour contribuer ainsi à l'élaboration des tableaux de bord statistiques nationaux.

Partenaires



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Culture



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie



Les affiliations nationales et internationales

Au niveau national, le LCTO est

- membre du GIE Luxembourg for Tourism ;
- actionnaire de la société anonyme Luxembourg Congrès ;
- membre de l'Association des châteaux luxembourgeois ;
- membre de l'Agence luxembourgeoise d'action culturelle (ALAC) ;
- membre du Cluster MICE Luxembourg ;
- membre du Comité d'accompagnement du tramway.

Au niveau municipal, le LCTO est membre du Comité de gérance du « Cercle Cité » à Luxembourg et participe aux discussions menées au sein des groupes de travail « comité de pilotage de l'événementiel » et à celles du « super-comité » de l'événementiel.

Au niveau régional, le LCTO participe au groupe de travail « tourisme » au sein de la coopération interurbaine QuattroPole (Luxembourg, Metz, Sarrebruck, Trèves) dont la ville de Luxembourg est membre.

Au niveau international, le LCTO est représenté dans différentes organisations de choix dont l'European Cities Marketing (ECM), l'Association Internationale des Villes Francophones de Congrès (AIVFC) et l'ICCA (International Congress and Convention Association).

Les partenariats institutionnels et privés

Le LCTO adresse ses vifs remerciements aux instances politiques et aux différents services de la Ville de Luxembourg, au Gouvernement du Grand-Duché de Luxembourg et à ses nombreux partenaires privés ainsi qu'aux organisateurs et institutions publiques engagées à tous niveaux pour leurs concours et précieux soutien. Ils témoignent ainsi d'un engagement culturel et touristique exemplaire pour le plaisir de dizaines de milliers de spectateurs enthousiastes.

Les partenariats Média

En 2018, le Luxembourg City Tourist Office a maintenu des partenariats media avec RTL Radio Lëtzebuerg, RTL Télé Lëtzebuerg, Radio 100,7, Eldorado, Radio Latina, l'Essentiel, le Quotidien, Tageblatt, Le Jeudi, ainsi que le City dans le contexte des festivals Summer in the City, Kinnekswiss loves..., Rock um Knuedler, Blues'n Jazz Rallye, Streeta(rt)nimation et MeYouZik. Nous les en remercions chaleureusement.

Le Sponsoring

En 2018, des partenariats avec LEO Luxembourg Energy Office S.A., Bernard-Massard, Hôtel Royal, BGL BNP Paribas, Voyages Emile Weber, Sales-Lentz, Binsfeld et Foyer S.A. ont été établis pour la campagne Summer in the City et ses événements (gratuits pour le grand public) : Kinnekswiss loves..., Rock um Knuedler, Blues'n Jazz Rallye, Streeta(rt)nimation et MeYouZik. Les contreparties offertes par le Luxembourg City Tourist Office sont par conséquent axées essentiellement sur le transfert d'image, en utilisant tous les moyens à disposition et en faisant gagner aux sponsors une visibilité sur les campagnes de communication avec les logos ou espaces réservés sur tous les documents promotionnels (affiches, dépliants, mention dans les communiqués de presse et le dossier de presse), sur les sites et micro-sites internet, et bien sûr sur les lieux des événements avec des calicots, de la diffusion de films publicitaires sur écran ou de l'attribution d'une scène lors d'un festival.

La très grande majorité des partenaires de longue date du Luxembourg City Tourist Office sont restés fidèles aux événements traditionnels, qui représentent des valeurs solides en termes de rapprochement de la marque avec le grand public, de notoriété, d'image et de contreparties assurées.



Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l.
30, place Guillaume II | L-1648 Luxembourg | B.P. 181 L-2011 Luxembourg
T (+352) 22 28 09 | touristinfo@lcto.lu | www.luxembourg-city.com



Impressum

Editeur : Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l. | N°TVA : LU15621823 – R.C.S. Luxembourg F 754
Conception graphique : www.mv-concept.lu