



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

Direction générale des classes moyennes



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

Direction générale du tourisme

Rapport d'activité 2020

Volume 2

Ministère de l'Économie

Classes moyennes et Tourisme

TABLE DES MATIERES

PRÉAMBULE

DIRECTION GÉNÉRALE DU TOURISME

1. SAISON TOURISTIQUE 2020

2. MESURES DE SOUTIEN DANS LE CADRE DU COVID-19

2.1. Logement de travailleurs frontaliers

2.2. « Restart Tourism - Stabiliséieren. Adaptéieren. Promovéieren. »

2.3. Fonds Tourisme : Crédits 2020 pour le soutien et la relance du tourisme

3. AIDES RÉGULIÈRES VERSÉES AUX ACTEURS DU SECTEUR DU TOURISME

3.1. 10e programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique

3.2. Infrastructures touristiques à réaliser par les communes et les syndicats d'initiative

3.3 Subsidés aux syndicats d'initiative et aux asbl exerçant une activité notable en faveur du tourisme en 2020

3.4. Subsidés aux communes exerçant une activité notable en faveur du tourisme en 2020

3.5. Aide financière aux organisateurs de congrès

3.6. Aide financière pour manifestations d'envergure internationale

4. CERTIFICATIONS DANS LE DOMAINE DU TOURISME

4.1. Classification

4.1.1. Classification des hôtels

4.1.2. Classification des campings

4.2 EcoLabel

5. TOURISME DE LOISIRS

5.1. Stratégie de développement touristique

5.2. Tourisme actif – Randonnée et tourisme de vélo

5.2.1. Sentiers touristiques : un réseau national dense

5.2.2. Le balisage et l'entretien

5.2.3. Projet de restructuration des sentiers nationaux de randonnée

5.2.4. Les pistes VTT

5.2.5. L'outil de planification Geoportail

5.2.6. Vélosommer 2020

5.3. Oenotourisme

5.3.1. Centre mosellan

5.3.2. Fondation Possenhau

5.4. Tourisme de mémoire

6. LES OFFICES REGIONAUX DU TOURISME

7. Luxembourg FOR TOURISM (LFT)

7.1. Stratégie 2020

7.2. Publications

7.3. Campagnes

7.4. Relations presse

7.5. Étude de marché

7.6. Salons et voyages d'études

8. MARCHES LOINTAINS

9. ACTIONS PROMOTIONNELLES

9.1. Participations aux foires et salons touristiques

9.2. Actions de sensibilisation de la Direction générale du tourisme

9.2.1. Guide for one Day

9.2.2. "Lëtzebuerg, dat ass Vakanz!"

9.2.3. Move, we carry

10. TOURISME DE CONGRES

10.1. Perspectives et ambitions du secteur des business events

10.2. Structures

10.2.1. Luxembourg Convention Bureau

10.2.2 Luxembourg Congrès

10. RELATIONS INTERNATIONALES ET COOPERATION TRANSFRONTALIERE

DIRECTION GÉNÉRALE DES CLASSES MOYENNES

11. MESURES DE SOUTIEN AUX PME DANS LE CADRE DU COVID-19

11.1. Avance remboursable pour remédier à une difficulté financière temporaire

11.2. Première indemnité d'urgence pour les micro- et petites entreprises

11.3. Deuxième indemnité d'urgence pour les micro- et petites entreprises ainsi qu'une indemnité d'urgence pour les entreprises qui occupent entre 10 et 20 personnes

11.4. Deux indemnités d'urgence pour les indépendants

11.5. Fonds de relance et de solidarité pour les entreprises particulièrement touchées par la pandémie de COVID-19

11.6. Aide spécifique pour le commerce de détail en magasin

11.7. Aide de compensation de l'augmentation du salaire social minimum

11.8. Nouvelle aide de relance

11.9. Contribution temporaire de l'État aux coûts non couverts de certaines entreprises

12. LE DROIT D'ÉTABLISSEMENT DES PME

12.1. Autorisations d'établissement

12.2. Demandes de prestataires étrangers pour services occasionnels

12.3. La future réforme du droit d'établissement

12.4. A l'écoute du monde économique

13. LES AIDES AUX ENTREPRISES DU SECTEUR DES CLASSES MOYENNES

13.1. Loi relative au régime d'aides en faveur des PME

13.2. Fit for Digital

13.3. Fit for Digital-Packages

13.4. Crédit d'équipement

14. LA MISE EN ŒUVRE D'UNE POLITIQUE EN FAVEUR DES PME

14.1. Le Haut comité PME et le 5ème plan d'action en faveur des PME

14.2 Les « Pakts »

14.3. House of Entrepreneurship

14.4. Formation accélérée pour chefs d'entreprises

14.5. Projets et initiatives

14.5.1. Luxembourg for Shopping GIE

14.5.2. Observatoire national des PME GIE

14.5.3. Entrepreneurial schools

14.5.4. Les Industries créatives

14.5.5. Nyuko asbl : de l'idée au plan d'affaires

14.5.6. Touchpoints asbl : préparer les candidats migrants à la création d'entreprise

14.5.7. Microlux : réaliser un projet d'entreprise grâce à un microcrédit

14.5.8. Campagne de sensibilisation « Jonk Handwierk »

14.5.9. Projet « Drénkwaasser »

14.6. Heures de fermeture des magasins de détail

14.7. Voyages à forfait et les prestations de voyage liées

14.8. Événements et campagnes

14.8.1. « Safe to serve »

14.8.2. « Smile again »

14.8.3. Home Expo

14.9. International

14.9.1. Small Business Act

14.9.2. Le Programme pour la compétitivité des entreprises et les PME (COSME)

14.9.3. L'étude Global Entrepreneurship Monitor

14.10. Commissions et comités

14.11. Questions parlementaires

14.12. Lois et règlements grand-ducaux à l'initiative du ministre des Classes moyennes

14.12.1. Textes législatifs et réglementaires en relation avec la pandémie Covid-19

14.12.1.1. Aides de minimis

14.12.1.2. Aides basées sur l'encadrement temporaire des mesures d'aide d'État

14.12.2. Autre projet

14.13. Communication et relations presse

15. RESSOURCES ET COMPETENCES

15.1. Répartition des agents

15.2. Recrutement

15.3. Télétravail

15.4. Formation continue

15.5. Centralisation, vérification et transmission des propositions budgétaires

15.6. Gestion de matériel et tri des déchets

15.7. Plateforme Ecoboard

15.8. Site intranet

16. ORGANIGRAMME

Préambule

La Direction générale des classes moyennes et la Direction générale du tourisme mettent en œuvre une politique qui vise à instaurer et à maintenir un cadre propice à la création et au développement des petites et moyennes entreprises (PME) respectivement à promouvoir et à optimiser l'offre touristique nationale, qui a un impact économique considérable au Luxembourg.

La pandémie du Covid-19, qui constitue un défi sanitaire et économique majeur pour la société luxembourgeoise, a cependant eu des répercussions significatives sur les tâches et la routine quotidienne des Directions générales. La Direction générale des classes moyennes a ainsi accompagné les entreprises et les indépendants en cette période difficile en mettant en place une panoplie de mesures de soutien, notamment plusieurs aides directes non remboursables ainsi qu'une avance remboursable. La Direction générale des classes moyennes a versé dans ce contexte plus de 261 millions d'euros d'aides en 2020.

La Direction générale du tourisme a élaboré en concertation étroite avec ses partenaires et avec le secteur un plan de relance détaillé destiné à soutenir le tourisme de loisirs ainsi que le secteur business events. Le « Fonds tourisme », la stratégie de promotion « Lëtzebuerg – Dat ass Vakanz ! » et la création d'un label valorisant les mesures sanitaires mises en place par toute la filière événementielle font partie des projets phares du plan de relance «Restart Tourism - Stabiliséieren. Adaptéieren. Promovéieren.». La Direction générale des classes moyennes et la Direction générale du tourisme ont ainsi soutenu les petites et moyennes entreprises pendant la pandémie du Covid-19 avec des mesures d'aide spécifiques sans pour autant négliger leurs tâches fondamentales, telles que l'octroi d'autorisations d'établissement et l'optimisation de l'offre touristique nationale.



1. Saison touristique 2020

L'année 2020 aura été marquée par la pandémie Covid-19, mettant un arrêt soudain à l'activité touristique au printemps jamais connu auparavant. Ce choc a été suivi par une période de reprise très difficile, encombrée par de nombreuses restrictions de voyage variant en fonction des marchés émetteurs et des périodes.

Les chiffres de fréquentation provisoires dans l'hébergement payant pour 2020, publiés par STATEC, indiquent ainsi un recul des nuitées de 50% par rapport à 2019 dans l'hôtellerie, de 47% sur les campings, de 64% dans les auberges de jeunesse et de 12% dans les locations. Par ailleurs, un recul assez net des prix moyens (-17%) dans l'hôtellerie a été enregistré. Ces éléments ont entraîné une baisse du chiffre d'affaires de l'ordre de 70% par rapport à 2019 à été enregistrée. Sur les campings, le recul du chiffre d'affaires est de 37%. La part du locatif a fortement augmenté sur les campings en 2020.

Des études de l'agence de promotion nationale Luxembourg for Tourism (LFT) ont constaté que les « tourist infos » terminent l'année avec une baisse du nombre de visiteurs de 63%, celle des châteaux, musées et sites loisirs s'échelonne en moyenne de -42% à -66%.

L'absence de tourisme d'affaires et de groupes a impacté les résultats, notamment dans la ville de Luxembourg. Le recul du nombre d'événements MICE est de 73% par rapport à 2019. Au total, la baisse du tourisme d'affaires est estimée à -77% par rapport à l'année précédente. Malgré ces indicateurs négatifs, il importe de signaler quelques points encourageants, tout d'abord le succès des bons d'hébergement à 50 euros dont 98.700 ont été utilisés en 2020, permettant aux résidents et frontaliers de (re-)découvrir l'offre touristique du Grand-Duché, avec un effet multiplicateur d'image non négligeable.

Une demande élevée est à signaler en outre pour les activités outdoor (randonnée, vélo) et l'expérience nature. La réputation du Luxembourg s'est montrée solide tout au long de l'année, avec un intérêt de recherche persistant, et un sentiment positif exprimé par les visiteurs actuels et potentiels, notamment aussi à l'égard de l'aspect sécurité sanitaire, élément primordial dans le contexte pandémique.

2. Mesures de soutien dans le cadre du Covid-19

Le secteur du tourisme a été le premier touché par la crise liée au Covid-19 à partir de mars 2020 et sera probablement parmi ceux qui mettront le plus de temps à s'en remettre. La Direction générale du tourisme a élaboré dans ce contexte un plan de relance détaillé ainsi que différentes mesures d'aide destinés à soutenir le tourisme de loisirs ainsi que le secteur business events. La Direction générale du tourisme a également participé à diverses initiatives dans le cadre de la lutte contre le Covid-19, notamment en gérant le logement de travailleurs frontaliers.

2.1. Logement de travailleurs frontaliers

Entre le 16 mars et le 22 juin 2020, l'Etat a pris en charge le logement de travailleurs frontaliers des hôpitaux et du secteur des soins, de même que les travailleurs résidants du secteur hospitalier qui vivent dans un ménage avec des personnes vulnérables. Ce système de réservation et la prise en charge du logement a pris fin au fur et à mesure entre le 22 mai et le 22 juin en fonction de la suppression des restrictions de circulation aux frontières mises en place pour lutter contre le Covid-19 par nos pays voisins.

Objectifs :

- Eviter que le personnel médical et soignant ne puissent pas entrer sur le territoire luxembourgeois (en fonction des décisions des pays voisins) ;
- Eviter que le personnel médical et soignant doive subir des embouteillages quotidiens aux frontières au cours de leur trajet entre le lieu de travail et le domicile ;
- Protéger les membres vulnérables du ménage du personnel médical et soignant en contact direct avec des patients covid-19.

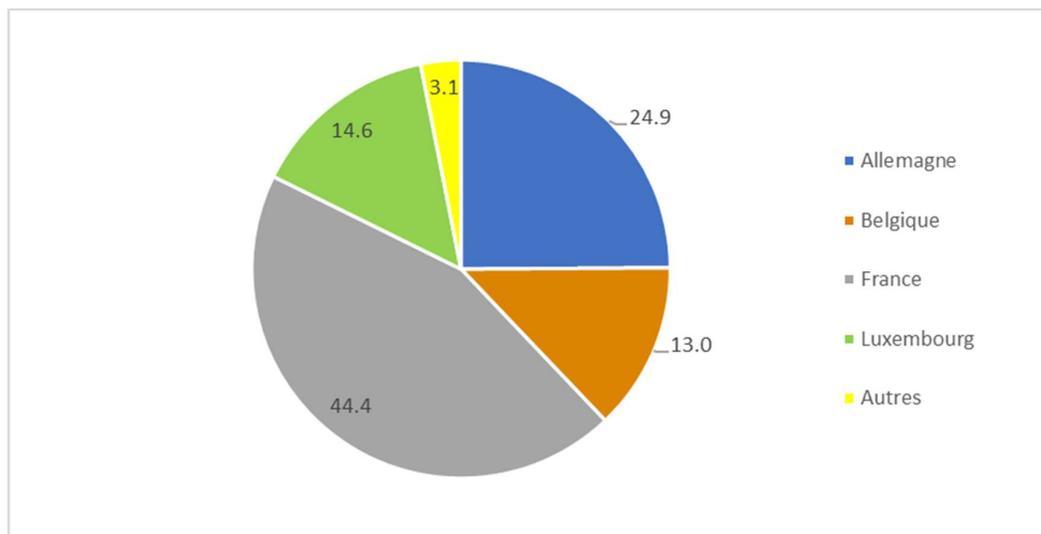
Personnes éligibles :

- Tout le personnel travaillant dans le secteur hospitalier au Luxembourg, indépendamment de sa qualification et de la nature de son travail, et qui réside en Allemagne, en Belgique ou dans la région Grand Est (France) ;
- Tout professionnel de santé dans le secteur hospitalier, qui réside au Luxembourg dans un ménage comprenant des personnes vulnérables à risque ;
- Tout professionnel de santé qui travaille dans le domaine des soins pour une structure d'hébergement pour personnes âgées ou handicapées ou pour un réseau d'aides et soins au Luxembourg et qui réside en Allemagne, en Belgique ou dans la région Grand Est (France) ;
- Autres : logement ponctuel de spécialistes en provenance de l'étranger et qui travaillent pour le Grand-Duché dans le domaine Covid-19, p.ex. spécialistes de l'OTAN (Italie), spécialistes dans le cadre du projet de recherche (Ministère de l'Education et de la Recherche), spécialistes de la Direction de la Défense, etc.

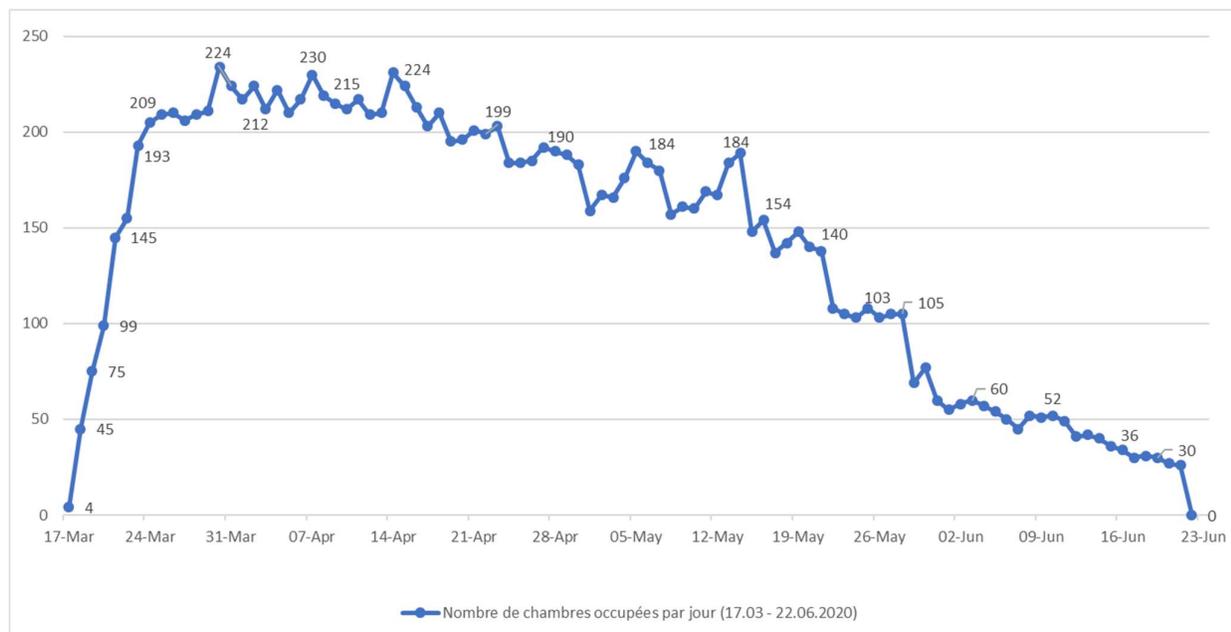
Récapitulatif des réservations :

- Nombre total de personnes éligibles et logées pour min. 1 nuitée : 535 personnes
- Nombre moyen de chambres occupées par jour :
 - o Mars/Avril : > 200 chambres par jour (max : 230 chambres le 7 avril)
 - o Mai : 170 chambres par jour
 - o Juin : 44 chambres par jour
- Nombre d'hôtels concernés : 33 hôtels différents
- Nombre total de nuitées entre le 16 mars et le 22 juin 2020 : **12.806 nuitées**
- Total du frais : **1.516.849,64 euros**

Lieu de résidence des personnes logées (en %) :



Nombre de chambres occupées



Depuis le 22 novembre 2020, l'Etat a pris en charge le logement de travailleurs frontaliers des hôpitaux et du secteur des soins.

Personnes éligibles :

- tout le personnel qui :

travaille dans le secteur hospitalier au Luxembourg, indépendamment de sa qualification et de la nature de son travail ;

réside en Allemagne, en Belgique ou en France ;

- tout professionnel de santé qui :

travaille dans le domaine des soins pour :

une structure d'hébergement pour personnes âgées ou handicapées, ou ;

un réseau d'aides et soins au Luxembourg ;

réside en Allemagne, en Belgique ou en France ;

A noter que la présente disposition est uniquement valable à partir du moment où la phase 3 ou supérieure du plan de montée en charge dans les hôpitaux a été déclenchée au niveau national.

Récapitulatif des réservations :

- Nombre total de personnes éligibles et logées pour min. 1 nuitée : 71 personnes

- Nombre moyen de chambres occupées par jour :

novembre : 7 chambres par jour

décembre : 7 chambres par jour

- Nombre d'hôtels concernés : 11 hôtels différents

- Nombre total de nuitées entre le 22 novembre 2020 et le 31 décembre 2020 : 1274 nuitées

2.2. "Restart Tourism - Stabiliséieren. Adaptéieren. Promovéieren."

Le ministre du Tourisme, Lex Delles, a présenté en juin 2020, au moment de préparer la sortie de la première vague de la pandémie, le plan de relance "Restart Tourism - Stabiliséieren. Adaptéieren. Promovéieren." Ce plan de relance comporte des mesures spécifiques pour la relance du tourisme luxembourgeois qui a un grand potentiel en tant que destination touristique de premier choix. En vue de remettre le tourisme de loisirs sur le chemin de la reprise, le plan prévoit la mise en place, entre autres, un fonds du tourisme pour le soutien et la relance du secteur touristique associatif à hauteur de trois millions d'euros, une stratégie de promotion présentant le Luxembourg comme destination touristique de premier choix ("Lëtzebuerg - Dat ass Vakanz!") et une stratégie digitale commune des acteurs institutionnels du tourisme, prévoyant notamment un diagnostic digital permettant une consultance individualisée pour le secteur associatif du tourisme.

Afin de repositionner le Luxembourg en tant que destination business events, le plan prévoit entre autres de créer un label valorisant les mesures sanitaires mises en place par toute la filière événementielle, de se focaliser sur les business events des entreprises locales et de la Grande-Région ainsi que d'accélérer la transformation digitale du secteur en analysant les dispositifs et infrastructures existants ainsi qu'en observant les projections de tendances dans le domaine digital.

De plus, des conférences collaboratives en ligne avec le secteur du tourisme de loisirs ainsi qu'avec le secteur business events ont eu lieu début juillet.

C'est avec l'ensemble du secteur que le ministre du Tourisme, Lex Delles, s'est échangé lors du premier webinar "Tourism Days - Business Events Edition" sur les défis, les opportunités ainsi qu'une stratégie de relance des événements professionnels. Les intervenants aux côtés de Monsieur le Ministre du Tourisme étaient Patrick Hoffnung, Directeur général de l'European Convention Center Luxembourg ; François Lafont, CEO du Luxembourg Convention bureau ; François Koepp, Directeur de l'HORESCA ; Charles Schroeder, Président de la Luxembourg Event Association ; Adriana Migonney, représentante de la filière hôtels de chaîne de l'Advisory board du LCB ; Carole Platz, représentante de la filière agences de l'Advisory board du LCB.

Le 14 juillet 2020, le webinar "Tourism Days – First Leisure Edition" a permis un échange constructif entre le ministre du Tourisme, Lex Delles, et les acteurs du secteur sur l'orientation stratégique à suivre et les mesures à mettre en œuvre. Les intervenants aux côtés de Monsieur le Ministre du Tourisme lors de la conférence étaient Linda Gedink, Secrétaire général de



la Camprilux ; François Koepp, Secrétaire général de l'Horesca ; Sebastian Reddeker, CEO de Luxembourg for Tourism ; Martine Frieseisen, représentante de CFL Evasion ; Marianne Origer, représentante des Offices régionaux du tourisme.

2.3. Fonds Tourisme : Crédits 2020 pour le soutien et la relance du tourisme

Le tourisme est un secteur largement organisé autour du bénévolat dans lequel œuvrent une multitude d'associations, syndicats d'initiatives, etc. qui gèrent une attraction ou une infrastructure touristique et contribuent ainsi à l'attractivité du Grand-Duché en tant que destination touristique.

Ces associations ont également été touchées par la crise provoquée par le COVID19, étant donné que leurs activités ont dû être suspendues ou réduites considérablement.

Dans le cadre du paquet de mesures de soutien "Restart Tourism. Stabiliséieren. Adaptéieren. Promouvéieren" ayant pour objectif de relancer le secteur touristique, la direction générale du Tourisme a ainsi mis en place plusieurs mesures ayant pour objectif de soutenir les associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme qui gèrent de manière professionnelle une infrastructure touristique :

1. Une participation aux frais de rémunération à raison de 1.250 euros par ETP ;
2. Une participation aux frais de fonctionnement et notamment pour frais de publicité et de communication ainsi que pour la réalisation d'un projet de digitalisation ;

Par ailleurs, une enveloppe de 375.000 euros a été mis à disposition des offices régionaux pour la réalisation de projets concrets qui ont bénéficié aux prestataires sur le terrain.

Finalement, par le biais d'une participation aux frais à hauteur de 190.000 euros, la Direction générale du tourisme a pu soutenir la fédération des hôteliers, restaurateurs et cafetiers (Horesca asbl) dans le cadre de la mise en œuvre de sa campagne publicitaire autour du label « Safe to serve ».

Une enveloppe de 3.500.000 euros a été mis à disposition du secteur dans le cadre du paquet de mesures de soutien "Restart Tourism. Stabilisiereren. Adaptiereren. Promouviereren" pour la période de juin 2020-mars 2021. 1.889.000 euros ont été liquidés au 28 juin 2021.

3. Aides régulières versées aux acteurs du secteur du tourisme

3.1. 10^e programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique

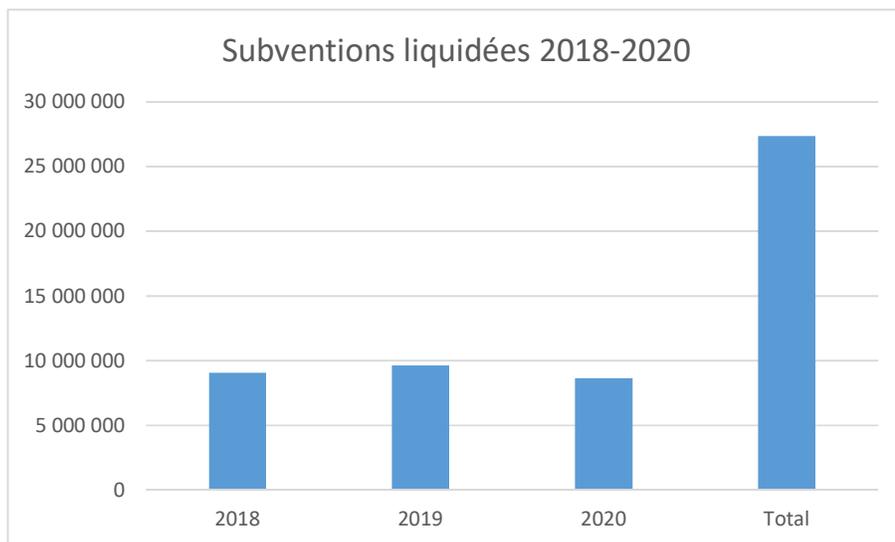
La loi du 1er août 2018 autorise le gouvernement à subventionner l'exécution d'un 10^e programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique, grâce à une enveloppe de 60.000.000 euros. Les communes, les syndicats de communes et les associations sans but lucratif peuvent bénéficier de ces régimes d'aide.

Le Direction générale du Tourisme peut verser des aides en capital destinées à encourager les investissements ayant pour but le développement de l'infrastructure touristique nationale.

Sont concernés les investissements lors de :

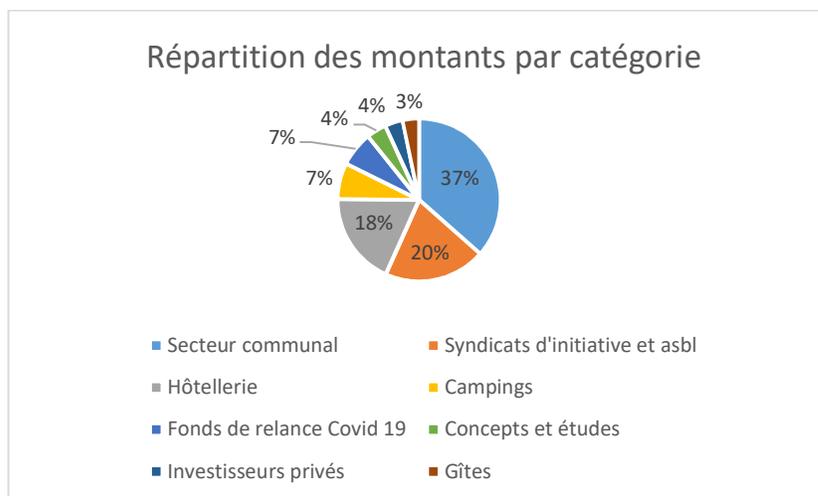
- l'exécution de projets d'équipement de l'infrastructure touristique régionale ;
- la construction, l'aménagement, la modernisation ou l'extension d'un hébergement tel qu'un gîte, une auberge de jeunesse, un camping ou un hébergement similaire au camping ;
- la mise en valeur touristique du patrimoine culturel, naturel et historique ;
- la participation à une foire ou à une exposition à caractère touristique ;
- l'équipement moderne et l'aménagement de structures d'accueil et d'information touristique ;
- la mise en place de technologies de l'information et de la communication dans les structures d'accueil et d'informations touristiques, comme par exemple la mise en place d'un site internet, d'un système de réservation en ligne, d'une application mobile, d'un réseaux WIFI, d'un système d'octroi de codes individuels ou la mise en place d'un firewall ou d'un système anti-virus ;
- la réalisation d'un concept ou d'une étude touristique ;
- la mise en place d'installations de technologies de l'information et de la communication par les propriétaires ou exploitants de structures d'hébergement, comme par exemple la mise en place d'un site internet, d'un système de réservation en ligne, d'une application mobile, d'un réseaux WIFI, d'un système d'octroi de codes individuels ou la mise en place d'un firewall ou d'un système anti-virus.

a) Total des subventions liquidées dans le cadre du 10^{ème} programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique (2018-2022)



b) Détail des subventions liquidées par catégorie

Catégorie	2018	2019	2020	Total
Secteur communal	3 712 703 €	4 027 201 €	2 268 236 €	10 008 141 €
Syndicats d'initiative et asbl	2 022 635 €	1 311 532 €	2 198 706 €	5 532 873 €
Fonds de relance Covid 19	/	/	1 889 149 €	1 889 149 €
Hôtellerie	1 814 747 €	2 460 812 €	780 356 €	5 055 915 €
Campings	323 268 €	1 139 787 €	501 451 €	1 964 506 €
Concepts et études	323 190 €	282 051 €	474 866 €	1 080 107 €
Investisseurs privés	130 936 €	309 104 €	528 568 €	968 608 €
Gîtes	748 905 €	130 332 €	19 457 €	898 694 €
	9 076 383 €	9 660 820 €	8 660 789 €	27 397 992 €



3.2. Infrastructures touristiques à réaliser par les communes et les syndicats d'initiative

a) Demandes des administrations communales

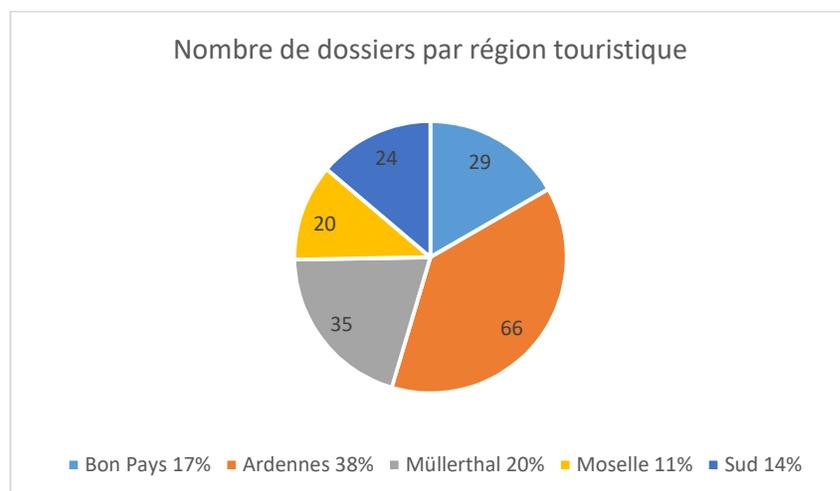
Au total, 174 projets communaux ont été engagés dans le cadre du 10e programme quinquennal. A noter que 71 dossiers avaient été reportés du 9e au 10e programme.

Les 174 projets totalisent un investissement éligible de 65.228.005 euros pour lequel la Direction générale du tourisme s'est engagée à raison d'un montant de 26.824.758 euros.

Dans le cadre du 10^e programme quinquennal, des subventions à hauteur de 10.008.141 euros ont déjà été liquidées en faveur des différentes communes et syndicats de communes pour les projets réalisés ou en cours de réalisation.

Au cours de l'année 2020, 27 nouveaux projets ont été présentés par les communes et les syndicats de communes. 19 de ces projets ont été retenus.

Type de demande	Nombre de dossiers
Infrastructures de sports-loisirs	28
Projets non - éligibles	22
Infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des visiteurs	27
Embellissement touristique	20
Sentiers touristiques et aménagements annexes	20
Projets repris sur la liste du programme de l'infrastructure touristique	18
Pistes cyclables et aménagements annexes	18
Aménagement/modernisation de bureaux d'accueil touristiques	9
Mise en valeur touristique du patrimoine culturel	3
Equipements de sports-loisirs	3
Equipements dans l'intérêt de l'accueil des visiteurs	2
Modernisation des piscines	2
Aménagement des auberges de jeunesse	1
Total	174



b) Demandes des syndicats d'initiative et asbl œuvrant en faveur du tourisme en 2020

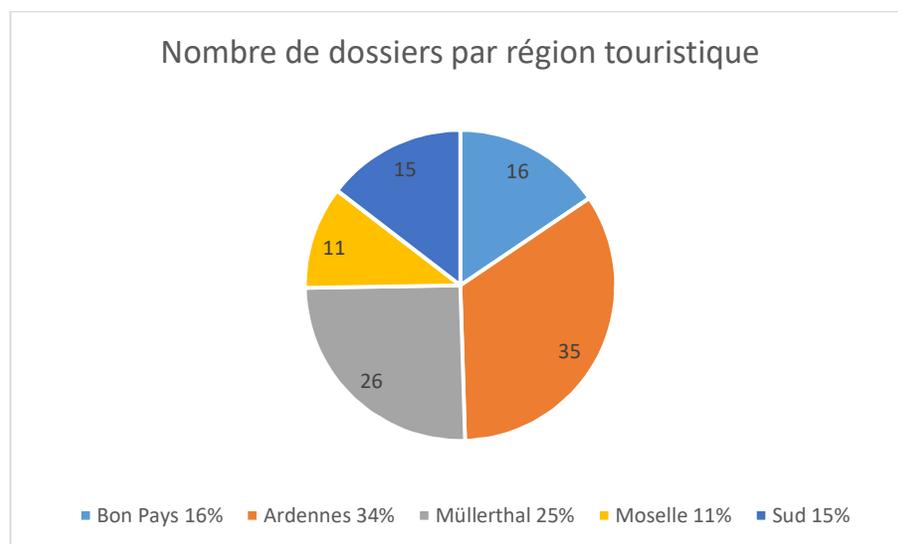
Au total, 103 projets de syndicats d'initiative et d'associations sans but lucratif ont été engagés dans le cadre du 10e programme quinquennal. A noter que 27 dossiers avaient été reportés du 9e au 10e programme.

Les 103 projets totalisent un investissement éligible de 24 799 491 euros pour lequel la Direction générale du tourisme s'est engagée à raison d'un montant de 13 811 176 euros.

Dans le cadre du 9^e programme quinquennal, des subventions à hauteur de 5 532 873 euros ont déjà été liquidées en faveur des différents syndicats d'initiative et associations sans but lucratif pour les projets réalisés ou en cours de réalisation.

Au cours de l'année 2020, 29 nouveaux projets ont été présentés par syndicats d'initiative et associations sans but lucratif. Tous ces projets ont été retenus.

Type de demande	Nombre de dossiers
Aménagement/modernisation de bureaux d'accueil touristiques	35
Projets repris sur la liste du programme de l'infrastructure touristique	30
Equipements dans l'intérêt de l'accueil des visiteurs	13
Mise en valeur touristique du patrimoine culturel	6
Equipements de sports-loisirs	5
Infrastructures de sports-loisirs	4
Infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des visiteurs	3
Modernisation des Auberges de Jeunesse	3
Sentiers touristiques et aménagements annexes	1
Pistes cyclables et aménagements annexes	2
Projets non - éligibles	1
Total	103



3.3 Subsidés aux syndicats d'initiative et aux asbl exerçant une activité notable en faveur du tourisme en 2020

Au Luxembourg, le secteur du tourisme est étroitement lié au bénévolat qui est une force motrice majeure à travers le pays. Les cinq régions du pays sont caractérisées par un bénévolat très actif sur le terrain, qui travaille en collaboration avec les Offices Régionaux du Tourisme. La plus grande professionnalisation de nos structures touristiques aux niveaux national, régional et local, n'enlève pas au volontariat, notamment sur le plan local, son rôle d'« épine dorsale » du tourisme national. Afin d'épauler les syndicats d'initiative et asbl œuvrant en faveur du tourisme et afin d'assumer un certain nombre de fonctions qui leur sont dévolues, la Direction générale du tourisme a participé aux frais en relation avec les projets touristiques initiés et mis en œuvre par les différents SI et asbl, p.ex. :

- Organisation de manifestations touristiques, sportives et culturelles ;
- Mise en œuvre de projets de collaboration avec les organes de promotion régionaux et nationaux ;
- Promotion touristique ;
- Organisation de l'animation récréative, sportive et culturelle et l'encadrement des touristes ;
- Frais de représentation du secteur touristique luxembourgeois à l'étranger ;
- Edition de matériel publicitaire ;
- Entretien des sentiers de randonnée et installation de mobilier de repos.

En 2020, un montant total de 867.000 euros était disponible pour soutenir le bénévolat dans le cadre de ses activités touristiques.

3.4 Subsidés aux communes exerçant une activité notable en faveur du tourisme en 2020

Afin de soutenir les communes dans leurs efforts d'améliorer l'offre touristique, la Direction générale du tourisme a accordé des subsidés pour les projets suivants :

- la réalisation de brochures touristiques ;
- l'organisation de manifestations à caractère touristique ;
- autres projets touristiques, p.ex. des investissements de faible envergure.

Pour l'année 2020, 19 demandes émanant des communes ont été traitées.

3.5. Aide financière aux organisateurs de congrès

Le gouvernement s'est doté en janvier 2015 d'un outil de soutien financier des congrès qui est applicable de manière générale selon des critères clairs et objectifs. La Direction générale du tourisme met en vitrine systématiquement cette ligne de conduite dans le cadre de la promotion du Luxembourg comme destination de congrès dans le but de multiplier les retombées économiques locales.

Le volume de l'aide financière est composé d'une aide forfaitaire par nuitée passée dans l'hôtellerie luxembourgeoise et d'une aide sur le programme-cadre touristique.

Les détails sont disponibles sur le guichet entreprises :

<https://guichet.public.lu/fr/entreprises/financement-aides/aides-tourisme/activite-interet-tourisme-national/subventions-tourisme-congres.html>

Pour l'année 2020, une enveloppe de 210.000 euros était à disposition. 9 dossiers ont été acceptés.

3.6. Aide financière pour manifestations d'envergure internationale

La Direction générale du tourisme soutient également des manifestations grand public à caractère sportif et/ou récréatif avec un minimum de 500 nuitées dans l'hôtellerie luxembourgeoise.

Le volume de l'aide financière est composé d'une aide forfaitaire de 25 euros par nuitée dans l'hôtellerie luxembourgeoise plafonnée à 25.000 euros.

Pour l'année 2020, une enveloppe de 150.000 euros était à disposition. 6 dossiers de demande de soutien financier ont été acceptés.

4. Certifications dans le domaine du tourisme

4.1. Classification

L'objectif de la nouvelle classification est d'offrir un système volontaire, moderne et fiable correspondant à l'évolution du marché touristique ainsi qu'aux attentes des clients. Une offre d'hébergement qualitative et transparente contribuera ainsi au développement de l'attractivité et de l'image de la destination Luxembourg. Il en résulte une transparence accrue pour les hôtes et les établissements.

4.1.1. Classification des hôtels

Depuis avril 2017 la Direction générale du tourisme, en étroite collaboration avec l'Horesca, a mis en œuvre une nouvelle classification pour les hôtels, qui est basée sur l'initiative internationale Hotelstars Union, qui a été créée en 2009 sous l'égide de HOTREC - l'organisation regroupant toutes les associations d'hôtels, restaurants, cafés en Europe et regroupe désormais 17 pays membres. Ce partenariat a mené à une classification des hôtels uniformisée, établie sur base de directives et procédures communes aux pays membres.

En 2020, 2 hôtels ont été inspectés. Le tableau de classification se présente comme suit :

- catégorie 5 étoiles Superior: 0
- catégorie 5 étoiles: 3
- catégorie 4 étoiles Superior: 0
- catégorie 4 étoiles: 2
- catégorie 3 étoiles Superior: 3
- catégorie 3 étoiles: 12
- catégorie 2 étoiles Superior: 2
- catégorie 2 étoiles: 0
- catégorie 1 étoile Superior: 0
- catégorie 1 étoile: 0

Depuis le lancement de la classification 74 hôtels au total ont été classés.

4.1.2. Classification des campings

La nouvelle classification des campings est proposée aux établissements depuis fin 2018. Celle-ci a été élaborée en étroite collaboration avec l'association professionnelle Camprilux.

En 2020, 2 campings ont été inspectés. 1 camping est classé sous la catégorie de 4 étoiles.

4.2. EcoLabel

L'Ecolabel a été créé avec l'objectif de promouvoir et de développer le tourisme durable au Luxembourg. Ce label est le résultat d'une fructueuse collaboration entre la Direction générale du tourisme, l'Oekozer Pafendall ASBL et le ministère de l'Environnement, du Climat et du Développement durable. Il est aujourd'hui le label de référence en vigueur au niveau national et plus d'un établissement touristique sur 10 appose actuellement la plaquette de ce label.

Les critères de l'EcoLabel définissent les standards que les établissements certifiés s'engagent à respecter. Ces critères couvrent l'ensemble des secteurs pertinents pour un établissement touristique : communication et gestion écologique, politique d'achat, gestion de l'énergie, de l'eau et des déchets, gastronomie et mobilité. La crédibilité du label est garantie par des audits fréquents et par un accompagnement individualisé des établissements membres.

L'EcoLabel permet aux établissements certifiés de réduire significativement leur impact sur l'environnement et de contribuer ainsi à la protection des ressources naturelles et du climat. Le label sert d'orientation au visiteur et lui permet de faire des choix éclairés sur sa destination.

En février 2020, l'Ecolabel a fêté son 20ème anniversaire. Lors d'une cérémonie d'anniversaire ensemble avec l'Oekozer Pafendall, 3 nouveaux établissements se sont vus décerner la plaquette de l'Ecolabel et 11 établissements d'hébergements ont renouvelé leur engagement pour le label.

Pour la première fois, une cérémonie conjointe a été organisée pour la remise de l'Ecolabel et du label bed+bike. 6 établissements ont été labellisés en tant qu'établissement bed+bike. Ce label exige, entre autres, que les établissements mettent à disposition des visiteurs un local sécurisé pour les vélos, des outils pour effectuer de petites réparations sur les vélos et des informations touristiques spécifiques pour le cyclotourisme ainsi qu'un petit-déjeuner équilibré. Ces critères garantissent que les cyclotouristes disposent d'un accueil, d'infrastructures et de renseignements adaptés à leurs besoins.



5. Tourisme de loisirs

5.1. Stratégie de développement touristique

Le cadre stratégique en vigueur pour le développement touristique du Luxembourg à moyen et long terme a été élaboré au cours de l'année 2017. Le début du processus d'actualisation des priorités stratégiques prenant en compte le programme gouvernemental de 2018 ainsi que les résultats d'un monitoring largement intensifié du département des études de marchés auprès de LFT était prévue au cours de l'année 2020. Ce processus a débuté en novembre par notamment la désignation d'un consultant qui accompagnera la Direction générale du tourisme. Les entretiens d'experts ont commencé, ce qui correspond à la première étape dans le cadre de l'élaboration participative de la stratégie de développement du tourisme de loisirs pour le Luxembourg.

Il paraissait d'autant plus important de mener ce processus stratégique fin 2020, puisque la pandémie pose grand nombre de défis qui requièrent une prise en considération dans l'orientation stratégique nationale, mais également un certain nombre d'opportunités qu'il s'agira d'identifier et d'exploiter. Le tourisme est en effet un des secteurs les plus durement touchés par la pandémie de Covid-19. Bien que les différentes mesures mises en place afin de limiter la propagation du virus ont eu un impact important sur ce secteur, il convient de noter que le Luxembourg dispose toujours d'un grand potentiel en tant que destination touristique. Au-delà de la richesse de son offre touristique, le Luxembourg présente des atouts qui gagnent résolument en importance dans le contexte actuel : des activités de vacances qui correspondent au tourisme de qualité, des activités de plein air (randonnée, vélo, etc.) d'un très haut niveau international au milieu d'une nature d'une beauté exceptionnelle, des expériences culturelles et gastronomiques, une ouverture d'esprit et une culture d'accueil indéniable, et finalement une attitude positive et une qualité de vie qui sont appréciées par toutes les communautés vivant dans ce pays.

Les thématiques décrites ci-dessous (tourisme actif, œnotourisme, tourisme de mémoire, etc.) feront partie intégrante du processus stratégique au cours de l'année 2021.

5.2. Tourisme actif – Randonnée et tourisme de vélo

5.2.1. Sentiers touristiques : un réseau national dense

Avec près de 5.000 km de balisage, le Grand-Duché du Luxembourg est doté d'un réseau de sentiers de randonnées parmi le plus dense d'Europe. La qualité de son balisage et l'état de son entretien sont reconnus unanimement.

La Direction générale du tourisme a pris sous sa responsabilité l'entretien et le balisage de la majorité des sentiers qui se laissent classer de la manière suivante :

- Les 26 sentiers nationaux de randonnées, totalisant quelque 900 km, d'une longueur de 20 à 60 km chacun ;
- Les 201 sentiers « auto-pédestres », totalisant quelque 1.700 km, tracés en boucle et dont chaque tour varie de 5 à 15 km de longueur ;

- Les sentiers internationaux, tels le Chemin de Saint Jacques de Compostelle ou les sentiers de grande randonnée GR ;
- Les 41 sentiers CFL, de gare en gare; totalisant plus de 500 km ;
- Les sentiers transfrontaliers (Luxembourg-Allemagne ou Luxembourg-Belgique) ;
- Les sentiers labellisés « Leading Quality Trails-Best of Europe » (Mullerthal Trail, Eislek Trail & Lee Trail).

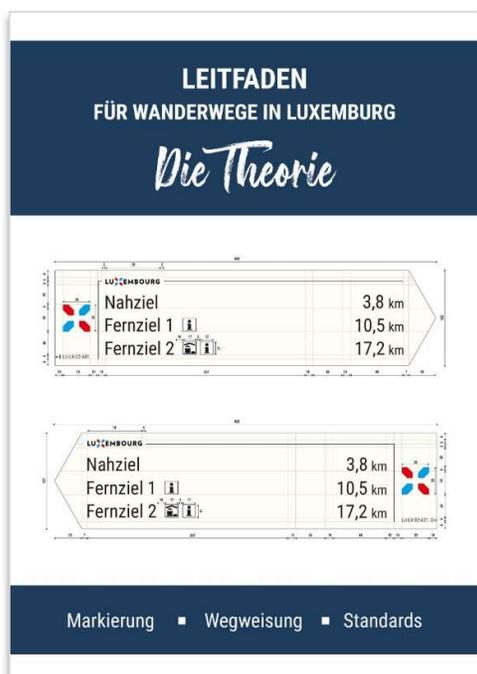
5.2.2. Le balisage et l'entretien



Afin de maintenir un niveau élevé de qualité dans l'entretien et le balisage de notre réseau de randonnées que le seul travail de bénévoles n'aurait pu fournir, la Direction générale du tourisme a conclu un 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. Pour l'année 2020, nous avons pu nous appuyer sur quatre équipes d'intervention sur le terrain, et ce afin de faire face à l'érosion du travail des bénévoles.

5.2.3. Projet de restructuration des sentiers nationaux de randonnée

Après le coup d'envoi d'un vaste projet de réorganisation du réseau des sentiers nationaux de randonnée pédestre en 2018, l'année 2019 a été mise à profit pour sélectionner les tracés idéaux formant un maillage régulier de sentiers et répondant au plus près possible aux critères des qualités prônées par le « Deutscher Wanderverband ». L'année 2020 a été mise à profit pour fixer en détail les matériaux et les techniques de balisage à mettre en œuvre à l'avenir : ces travaux ont donné naissance à un manuel de balisage des sentiers de randonnée (volume 1 : la théorie ; volume 2 : la pratique)



De plus, l'ensemble des techniques et des matériaux de balisage ont été validés par l'octroi d'une autorisation de conservation de la nature pour une durée de cinq ans (juin 2020-juin 2025). La première application concrète des nouvelles lignes directrices de balisage se sont concrétisées en toute fin d'année 2020 par la mise en place des premiers éléments de balisage du « Minett Trail » et de la « Qualitätswanderregion Eislek ».

5.2.4. Les pistes VTT

Créé en 2007, le « Réseau national des Circuits VTT du Grand-Duché de Luxembourg » est entretenu de manière régulière par les équipes d'entretien sous contrat avec la Direction générale du tourisme.

En 2020, un tout nouveau circuit VTT d'une longueur de 25 km a été installé au « Gréngewald » par les équipes sous contrat avec la Direction générale du tourisme, et ce en collaboration avec l'ANF et sur proposition du Syndicat d'initiative de Walferdange. La coordination du projet a été assurée par l'ORT Centre-Ouest.

Aujourd'hui, une trentaine de parcours sont disponibles à travers le pays pour les amateurs de sensations fortes. Ce réseau couvre toutes les régions du pays et le détail de chaque circuit peut être consulté dans la rubrique « VTT » du site <https://tourisme.geoportail.lu>

5.2.5. L'outil de planification Géoportail

L'administration du Cadastre et de la Topographie (ACT) nous accompagne depuis plusieurs années dans la présentation de cartes et sentiers de randonnées ou de VTT à l'attention du public grâce à leur outil <https://tourisme.geoportail.lu>. En 2020, trois réunions de formation et d'échanges de vues ont eu lieu avec l'ACT, la Direction générale du tourisme et les ORT. De nouvelles fonctionnalités ont été intégrées afin de rendre l'utilisation du Géoportail plus agréable.

5.2.6 Vëlosummer 2020

Le « Vëlosummer » est une initiative conjointe de la Direction générale du tourisme et du Ministère de la Mobilité et des Travaux publics. En collaboration avec dix-huit communes, différents tronçons routiers étaient fermés au trafic motorisé pendant le mois d'août 2020. C'était une occasion unique pour faire des balades à vélo sur des routes coupées à la circulation. Afin d'illustrer ces routes fermées et d'indiquer les six circuits à vélo du « Vëlosummer », une carte a été élaborée en coopération avec ProVelo. En outre, toutes les informations au sujet des circuits étaient disponibles sur le site www.velosummer.lu. Au vu du succès de la première édition du « Vëlosummer 2020 » avec plus de 40.000 cyclistes participants, une deuxième édition est prévue pour le mois d'août 2021.

5.3. Oenotourisme

5.3.1. Centre mosellan

Au cours de l'année 2020, le scénario de l'exposition muséographique, l'organisation des espaces et les flux dans les différents immeubles composant le futur Centre Mosellan ont été

adaptés au nouveau projet architectural. Dans cette nouvelle configuration le rez-de-chaussée est destiné à l'accueil des visiteurs, l'information touristique (avec un focus sur l'œnotourisme), la vithèque et la découverte du monde mosellan à travers une exposition permanente et des expositions temporaires. Le 1^{er} étage, en continuité d'espace avec la vithèque grâce au grand escalier, explore la viticulture en mettant l'accent sur l'actualité et la compréhension/interprétation du « terroir » viticole luxembourgeois.

Les nouvelles demandes d'autorisations du projet remanié ont été introduites au cours de l'année passée. En attendant que les autorisations soient accordées, les travaux d'exécution et appels d'offres ont été suspendus. Une reprise du chantier est prévue au plus tôt au cours du premier semestre 2021

L'équipe du Musée et l'architecte scénographe ont continué le travail avec les consultants et les intervenants externes afin d'élaborer les contenus de la partie expositive et développer le concept de fonctionnement des activités destinées à compléter l'offre du Centre Mosellan.

A noter que le coût de construction et de transformation est estimé à 8.000.000 euros TTC par l'administration des bâtiments publics, non compris la partie muséographique et l'exposition ainsi que les honoraires relatifs à l'exposition qui seront subventionnés à 100% via le programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique.

5.3.2. Fondation Possenhau

Pour la mise en œuvre du nouveau concept développé pour le Musée A Possen à Bech-Kleinmacher, la Fondation Possenhau a lancé fin 2019 le processus de recrutement d'un coordinateur général. Ce processus a abouti au recrutement du nouveau coordinateur général qui a entamé ses fonctions en octobre 2020.

Le Musée A Possen se réinvente en écomusée invitant un public intergénérationnel à immerger dans l'histoire d'un village viticole mosellan et de ses habitants. Carrefour entre lieu de mémoire vivante et espace de rencontre et de partage, A Possen aura comme mission de contribuer de manière active à la préservation et à la diffusion des traditions, du savoir-faire et des pratiques sociales de la région.

Comme de nombreuses institutions culturelles, le musée A Possen a aussi rencontré une année 2020 très difficile avec la fermeture à 2 reprises du restaurant, la nécessité d'apporter toutes les adaptations de sécurité sanitaires nécessaires, mais aussi avec l'obligation d'annuler des activités pour groupes.

5.4. Tourisme de mémoire

En tant que membre fondateur de l'Union européenne, le Grand-Duché de Luxembourg défend les valeurs de liberté, de paix et sécurité, de démocratie, de respect des droits humains et de la dignité humaine, de solidarité, de tolérance, de pluralisme et d'égalité. Les conflits internationaux du 20^e siècle ont contribué à façonner l'identité contemporaine du Luxembourg et la mémoire collective est à considérer non seulement comme un devoir, mais également comme une chance. Dans ce sens, développer le tourisme de mémoire constitue d'un côté un enjeu civique et pédagogique, afin de favoriser la transmission et la réinterprétation de ces thématiques, de contribuer à la cohésion sociale en établissant les liens avec les sujets d'actualité. Dans ce sens, l'accord de coalition 2018-2023 du Gouvernement

luxembourgeois prévoit que “le tourisme de mémoire sera promu et les acteurs seront incités à proposer des offres thématiques. Il incombe de soutenir un maximum les acteurs œuvrant dans ce domaine, puisque la mémoire est non seulement un atout touristique, mais aussi un pilier important de l'enseignement civique.”

La politique touristique du Grand-Duché repose sur un ensemble de principes et de valeurs, dont l'authenticité et la durabilité. Le tourisme de mémoire permet de véhiculer une image authentique du Luxembourg sur les marchés étrangers. La mémoire des conflits contemporains ne s'arrête pas aux frontières nationales, le tourisme de mémoire est donc le sujet transfrontalier par excellence et permet au visiteur de vivre le projet européen de manière très concrète. Le sujet véhicule très naturellement les valeurs et messages clés de la politique touristique et se combine facilement avec les expériences identifiées comme prioritaires telles que le tourisme actif, le tourisme rural et régional, mais aussi la digitalisation, etc. Au-delà de cela, la visite des nombreux sites de mémoire liés aux conflits contemporains, dont constitue un important levier d'attractivité et de vitalité économique des régions rurales.

Ces constats signifient pour l'exercice 2021 des analyses approfondies visant à développer le tourisme de mémoire :

Répertorier et valoriser l'offre relative au tourisme de mémoire ;

Informers et sensibiliser les acteurs ;

Encourager le renforcement de la mise en réseau des acteurs et le développement de produits ;

Identifier les publics touristiques cibles et développer les messages clés ;

Identifier les éventuels maillons manquants dans la chaîne de valeur touristique et développer un plan d'action pour y remédier ;

Mettre en place une politique de promotion ciblée ;

6. Les Offices régionaux du Tourisme (ORT)

Les ORT rapprochent et regroupent les principaux acteurs touristiques d'une région, dans l'optique d'une meilleure coordination des activités et d'un professionnalisme accru. Il existe aujourd'hui des ORT pour les Ardennes, la région Moselle, le Mullerthal - Petite Suisse luxembourgeoise, le Sud (RedRockRegion) du Luxembourg et le Centre/Ouest du pays :

Parmi les membres des ORT intéressés au développement touristique de leur région figurent des administrations communales, les associations d'hébergement touristique ainsi que plusieurs associations œuvrant dans l'intérêt du tourisme.

Les ORT adhèrent en tant que membre du groupement d'intérêt économique Luxembourg for Tourism (LFT), qui peut ainsi s'appuyer sur 5 offices régionaux du tourisme et sur le Luxembourg City Tourist Office (LCTO) pour décliner sa stratégie du tourisme jusqu'aux niveaux régional, voire local.

En 2020, la Direction générale du Tourisme a procédé à un changement de paradigme. Ainsi depuis 2020, le ministère ne lie plus ses cofinancements aux dépenses aux frais de personnel et de fonctionnement effectifs de l'ORT mais verse une dotation globale à chaque ORT qui donne une plus grande flexibilité.

La mise à disposition du pot commun de 250.000 euros pour les Offices régionaux du Tourisme a été adaptée afin de pouvoir allouer des subventions aux ORT pouvant aller jusqu'à 100% en fonction de leur niveau d'importance et de leur concordance avec les priorités stratégiques nationales, qui sont, notamment :

- Le tourisme de mémoire ;
- L'oenotourisme ;
- Le tourisme actif ;
- La digitalisation ;
- L'accessibilité et le « Design for All ».

Finalement, en 2020 les ORT ont aussi pu profiter des crédits alloués dans le cadre du programme « Restart Tourism » pour la réalisation de projets d'animation touristique, en relation avec le cyclotourisme dans le cadre du « Vélosummer 2020 » ou de la digitalisation dans le domaine du tourisme.

7. Luxembourg for Tourism

7.1. Stratégie 2020

Luxembourg for Tourism (LFT) a dû relever les défis de 2020 et repenser et adapter les concepts stratégiques et les plans d'actions. La pandémie a eu un impact considérable sur les modèles de consommation et les approches commerciales. L'année 2020 a donc été caractérisée par l'adaptation et l'innovation.

LFT a suivi les tendances actuelles avec vigilance, s'est montré flexible et alerte et a finalement cherché à intégrer les modèles économiques locaux dans le contexte international. La promotion nationale dans le cadre de la marque Visit Luxembourg a pu s'appuyer sur le travail effectué en 2019. Le cap fixé pour l'avenir n'a donc pas perdu de sa valeur malgré la situation de crise : les nouvelles approches ont montré leur pertinence dans la crise. L'orientation client et la prise en compte des tendances étaient plus nécessaires que jamais. Les propositions de valeur devaient être plus fiables et plus pertinentes que jamais. L'offre de services de la destination devait s'adapter avec souplesse au marché, tout en étant compatible avec les valeurs fondamentales de la marque Luxembourg et de Visit Luxembourg.

En 2020, LFT a essentiellement opéré à l'intersection des trois domaines suivants : la perception de la destination, le niveau du produit et du service, la communication et la gestion des données.

2020 l'a démontré formellement : le voyage est toujours à la fois imaginaire et physique. À une époque où les déplacements et les contacts sont limités - nous en avons fait la douloureuse expérience - le voyage est avant tout imaginaire. Les observations et les analyses qui découlent des études de marché de LFT ont permis au secteur d'évaluer au mieux les scénarios qui pourraient se produire. En 2020, les recherches ont donc été étendues et la systématique affinée.

La pandémie de Covid-19 et son impact nous ont montré plus que jamais la nécessité de travailler dans un cadre d'orientation souple et adaptable aux tendances changeantes. La réorientation de la marque Visit Luxembourg et la conception de préceptes directeurs tels que

le Brandbook étaient donc une priorité en 2020. Les propositions de valeur suivantes ont été intégrées de manière conséquente au plan d'action 2020 :

Les marchés sont des « conversations » : avec notre communication nous créons de la valeur.

Renforcer les réseaux, promouvoir les connaissances contextuelles : nous mettons en réseau la destination Luxembourg.

Nous façonnons la transformation numérique pour le tourisme luxembourgeois.

De même, LFT a continué ses travaux dans les domaines définis ultérieurement :

Early Travel Inspiration ;

Rendre possible les expériences de transformation ;

Rapprocher les visiteurs et les résidents ;

Encourager les coopérations dans l'écosystème touristique du Luxembourg ;

Permettre la meilleure expérience de voyage en termes de « Seamless Journey » ;

Qualité et fiabilité.

Dans l'ensemble, les priorités fixées en matière de stratégie et de communication se sont alignées aux tendances de voyages qui ont été renforcées par la pandémie :

Des vacances loin du tourisme de masse ;

Des activités « outdoor » de qualité ;

Des expériences culturelles pour individualistes ;

Une ouverture sur le monde et une culture d'accueil loin des fermetures de frontières ;

Des points forts gastronomiques, tout en finesse.

Les idées ressortent concrètement dans les six scénarios, ou narratifs, de LFT :

Open and Diverse – Bienvenue chez nous ;

Outdoors Passion – Échappées du quotidien ;

The Good Life – Des rencontres locales pour des expériences durables ;

Naturally Europe – Dépasser les frontières ensemble ;

Daydream – Découvrir et lâcher prise ;

Transforming Experiences – Petits détails, grands effets.

Ces scénarios ont montré : les vacances au Luxembourg ne sont pas des vacances de second choix ou uniquement prises par nécessité (pandémie oblige), mais un choix délibéré pour passer de vraies vacances dans son propre pays. Les principes de la communication de la marque Visit Luxembourg ont été exposés dans le nouveau Brandbook intitulé « Nouvelles perspectives » et intégrés dans le contexte du marché national et international. Un manuel de Corporate Design - également élaboré récemment - fournit des conseils pratiques sur la forme

ou la conception de la communication dans le cadre de la marque Visit Luxembourg. Le segment phare de la stratégie 2020 de LFT était le segment des « Explorers ». Il représentait déjà un bon quart des visiteurs luxembourgeois en 2019 et continue d'offrir le plus grand potentiel de croissance au-delà de 2020. Cela se confirme sans cesse. Le profil d'exigences des « Explorers » en termes de consommation et de communication a ainsi guidé les projets de LFT : les « Explorers » recherchent des expériences authentiques, aiment sortir des sentiers battus, découvrir des pays et des cultures étrangères mais aussi faire des rencontres.

Le style de l'« Explorer » a été adapté en 2020 aux trois groupes cibles supplémentaires suivants, en fonction de leurs besoins spécifiques en matière de communication :

« Nature-loving actives » : l'accent est mis sur l'information et la fiabilité

« Perfection seekers » : l'accent est mis sur une « expérience visuelle », le luxe

« Short breakers » : l'accent est mis sur l'organisation sans prise de risque

En fonction de l'évolution de la situation en temps de pandémie, les priorités de communication étaient différentes : du simple travail d'inspiration en période d'isolement total à la commercialisation active de forfaits de voyage en période de liberté retrouvée pour voyager.

7.2. Publications

En avril 2020, au beau milieu de l'onde de choc provoquée par la pandémie de Covid-19, le magazine Luci – Inspiring Travel Stories from Luxembourg a montré le potentiel de la destination et a cherché à donner de l'inspiration et de l'espoir pour de futurs voyages. Avec Luci, LFT a montré en 2020 et au-delà qu'il était possible de présenter la destination Luxembourg et ses attractions dans une nouvelle perspective compétitive au niveau international. Produit pour le segment phare des « Explorers », il a été imprimé en quatre langues (allemand, français, anglais, luxembourgeois) avec un tirage total de 170 000 exemplaires. Malgré l'absence de salons et de foires grand public, environ la moitié des exemplaires ont été distribués en 2020. En plus des commentaires importants et extrêmement positifs des clients le nouveau magazine a reçu deux prix internationaux rien qu'en 2020 : le Red Dot Award 2020 et le ICMA Silver Award.

Une autre nouvelle publication, qui s'est bien établie peu de temps après, a également été lancée en 2020 : « 100 things to do » (in Luxembourg). Ce guide pratique présente un large éventail d'activités au Luxembourg dans le cadre de la LuxembourgCard. Compte tenu de la forte demande, les 40 000 exemplaires dans les quatre langues étaient presque épuisés à la fin de la saison.

La numérisation a également été une priorité de LFT en 2020 et, rétrospectivement, elle se traduit notamment par la conception, la création et la mise en ligne de trois nouveaux sites Internet :

- Luci.travel (version en ligne du magazine imprimé et élément important pour commander la version papier) ;
- 100thingstodo.lu (site web avec des indications concrètes pour des activités locales, dans le cadre de la campagne d'été « Lëtzebuerg, dat ass Vakanz ») ;
- Velosummer.lu (site Internet créé pour l'événement éponyme).

Parmi les autres activités, citons :

- Un planificateur de voyage dans l'application LuxembourgCard ;
- Les préparatifs pour :
- l'application touristique nationale 2021 ;
- la refonte de visitluxembourg.com ;
- le système « back-end » de la LuxembourgCard ;
- la création d'une nouvelle plateforme de contenu et de service ;
- l'intégration de contenus liés au Covid-19 sur visitluxembourg.com.

La mise en place d'une « task force digitale » composée de représentants de LFT, de la Direction générale du tourisme, ainsi que des ORT et du LCTO, a permis de prendre des décisions importantes quant au développement d'un cadre d'action numérique pour la destination en 2021.

7.3. Campagnes

2020 a été l'année d'un plan marketing flexible et réactif ainsi que d'une politique d'information axée au maximum sur le client. La reprise des activités de communication et de marketing de LFT s'est faite par étapes significatives, en fonction des aspects géographiques, de la perception de la sécurité et du comportement de consommation ou du désir de vacances des clients. Une importance particulière a été accordée à la communication nationale et à celle de la Grande Région en 2020.

La priorité était le marché intérieur et visait la population locale. La mise en œuvre réussie de la campagne d'été 2020 « Lëtzebuerg, dat ass Vakanz ! » sous la tutelle de la Direction Générale du Tourisme a démontré non seulement le grand potentiel du marché intérieur luxembourgeois, mais aussi que le contenu ainsi que la tonalité de la campagne ont été choisis correctement. LFT avait pris la direction créative et opérationnelle de la campagne.

La communication en Grande Région a également permis de sensibiliser la population à la destination Luxembourg en tant que pays proche, attrayant et sûr. En raison de la pandémie, des destinations plus éloignées voire d'outre-mer n'ont pas du tout été prises en compte dans le plan de communication ou seulement dans une mesure limitée. Les actions prévues en Chine et aux États-Unis ont été reportées à 2021. Les concepts pour des campagnes à Singapour, Dubaï et Tokyo ont été mis en suspens - également en raison du report de l'Exposition universelle et des Jeux olympiques de 2020.

De nombreuses campagnes (publicité print et digitale) ont été suspendues, les présences physiques sur des salons ont été reportées indéfiniment et finalement annulées pour la plupart. Dans les départements presse et trade, des négociations ont eu lieu avec les partenaires pour reporter ou revoir les actions planifiées.

Des campagnes importantes ont été menées en 2020, notamment :

- Die Zeit (DE) ;
- Cross-media Düsseldorf (live events + print + affichage) (DE) ;
- Plan d'action cross canal avec Globetrotter/Wikinger Reisen (DE) ;
- Plan d'action cross canal avec Hymer ;
- Radio & influencer marketing (Grande Région DE) ;
- Partenariat SANOMA (NL) ;
- Partenariats De Standaard / Le Soir (BE) ;

- La Libre – DH – Paris Match (BE) ;
- Le Parisien (FR) ;
- Voyages SNCF (FR) ;
- eDreams – Opodo – GO Voyages (FR) (avec Luxair) ;
- Google Ads ;
- Social Media Ads ;
- Annonces en « real time bidding » ;

7.4. Relations presse

Le service presse de LFT a dû faire face à de nombreuses restrictions de voyage et à des changements de programme. 13 voyages de presse thématiques ont été planifiés et préparés, mais intégralement annulés. Quant aux blog trips, 9 voyages sur 12 ont pu être effectués. En ce qui concerne les voyages de presse individuels, 53 participants ont été accueillis au Luxembourg dans le cadre de 33 voyages. 19 voyages individuels déjà prévus ont dû être annulés. Les ressources ainsi libérées ont pu être utilisées pour des projets de grande envergure tels que la création de matériel audiovisuel pour l'Expo Dubaï ou encore la création de contenu avec comme sujet des tours en voitures anciennes.

7.5. Étude de marché

Les activités d'étude de marché ont été intensifiées en parallèle, permettant ainsi de suivre et de comprendre l'évolution extrêmement complexe du marché mondial - et d'en tirer des conséquences pour la destination Luxembourg. Dans le cadre du suivi du Covid-19, un total de 12 rapports ont été envoyés au secteur afin de faciliter l'évaluation de la situation pour les professionnels du tourisme dans le pays. En outre, trois rapports trimestriels contenant des statistiques et des analyses détaillées ont été mis à disposition. Les deux formats se sont révélés être des canaux de communication importants pour LFT. Dans le cadre de nombreuses activités d'études de marché, neuf enquêtes ont été menées auprès d'établissements d'hébergement et de lieux du secteur MICE. Une étude de la population, l'enquête permanente auprès des visiteurs, des analyses de réputation et d'image de la destination dans le pays et à l'étranger complètent le portefeuille des activités d'études de marché de LFT en 2020.

Le document séparé intitulé « Recovery Promotion » explique également plus en détail les principales approches stratégiques du travail de LFT en ces temps difficiles liés au Covid-19 et s'inscrit dans le cadre d'une communication beaucoup plus intense avec les partenaires.

7.6. Salons et voyages d'études

Malheureusement, au niveau des « international trade relations », la quasi-totalité des salons ont été annulés (seul TourNatur à Düsseldorf a eu lieu). De même, seuls deux voyages d'étude ont pu être effectués. La plupart des réunions b2b ont été réalisées en ligne. Au total, LFT a participé à 7 webinaires ou ateliers pour promouvoir la destination Luxembourg sur différents marchés et auprès de différents groupes cibles b2b. Les ressources restantes ont été utilisées pour mettre à jour la base de données et améliorer la qualité des contacts. De même, les projets sur les marchés lointains ont été reprogrammés et les activités de promotion en ligne pour 2021 ont été intensifiées.

8. Marchés lointains

En termes de marchés cibles, la priorité stratégique de la Direction générale du tourisme et de Luxembourg for tourism réside très clairement dans la proximité, ceci pour des raisons évidentes de positionnement et de valeurs du Grand-Duché. Ceci a toujours été le cas, et l'est d'autant plus que la pandémie a largement réduit l'envergure et le rayon des déplacements touristiques en 2020. Or, les marchés lointains et émergents ont toujours été d'une importance stratégique en termes de rayonnement de l'image de marque du Grand-Duché dans le monde.

Les ressources humaines et financières pour le développement d'activité promotionnelles sur ces marchés étant très limitées, il a toujours été crucial de définir des priorités très claires en termes de marchés et de thématiques. Ceci vise à éviter d'éparpiller des actions isolées sur un nombre trop important de marchés, qui resteront sans effet durable.

Depuis le début de la pandémie en mars 2020, la promotion de la destination luxembourgeoise sur les marchés lointains a naturellement été mise en attente. L'opportunité de reprendre la promotion sur une sélection de marchés lointains (à priori Etats-Unis, Chine et Japon) sera analysée une fois que le contexte international redeviendra propice aux voyages intercontinentaux.

9. Actions promotionnelles

9.1. Participations aux foires et salons touristiques

A l'instar des années précédentes, la Direction générale du tourisme avait prévu de participer en 2020 à différentes foires et salons touristiques organisés à l'étranger et ceci en étroite collaboration avec LFT, LCB et les Offices régionaux de Tourisme afin de promouvoir la destination Luxembourg auprès de différents publics cibles.

Or, la crise sanitaire a mené à l'annulation complète de la majorité des foires et salons. Certaines foires ont opté pour un format virtuel. Seuls les foires thématiques CMT, Fiets-&Wandelbeurs, TourNatur et le salon « Vakanz » à Luxembourg a pu avoir lieu.



<u>Foires touristiques grand-public</u>	<u>Ville</u>	<u>Cible</u>
CMT – Fahrrad & Wanderwelt	Stuttgart	randonnée
Vakanz	Luxembourg	grand public
Fiets- & Wandelbeurs	Utrecht	randonnée/vélo
Fiets- & Wandelbeurs	Gand	randonnée/vélo
Retro Classics	Stuttgart	classic cars
TourNatur	Düsseldorf	randonnée

A ces foires touristiques grand-public s'ajoute le salon virtuel IBTM, un des grands salons annuels de l'industrie des business events, qui s'est tenu en format virtuel à Barcelone. Une plateforme digitale a permis au Luxembourg Convention bureau de réaliser une vingtaine de rendez-vous avec des contacts présélectionnés notamment des agences internationales dans le domaine du corporate pour présenter la destination Luxembourg.

9.2. Actions de sensibilisation de la Direction générale du tourisme

9.2.1. Guide for one Day

En 2020, la Direction générale du tourisme a organisé la 4ème édition de son projet « Guide for one day ». En tant que projet gouvernemental, « Guide for one day » s'adresse aux bénévoles de tous âges, toutes nationalités et de tous horizons, pour devenir ambassadeurs du Luxembourg.



L'idée de ce projet permet aux participants de se rencontrer de manière conviviale ainsi que de découvrir ensemble le Luxembourg sous toutes ses facettes. Le projet invite toutes les personnes intéressées à devenir guide pendant une journée pour faire découvrir à d'autres des lieux insolites, des paysages moins connus, la pratique d'un sport, des activités de loisirs ou de détente, ou bien des curiosités et attractions culturelles.

Malgré le Covid-19, l'édition 2020 a été un vif succès, avec des nombres records

tant au nombre de participants ainsi qu'au nombre des guides. 46 guides ont offert plus de 169 visites guidées en langue allemande, française, anglaise et luxembourgeoise, y compris 2 visites virtuelles. Plus de 1.577 visiteurs ont participé aux tours et visites proposés qui se sont déroulées toute au long de l'été. Il est à noter qu'une visite virtuelle a été proposée pour la première fois.

9.2.2. « Lëtzebuerg, dat ass Vakanz ! »

Dans le cadre de la stratégie nationale de développement du secteur touristique « Tourisme 2022 », la Direction générale du tourisme a lancé en été 2020 une campagne de sensibilisation appelée « Lëtzebuerg, dat ass Vakanz ! ». La campagne a ciblé les résidents du Grand-Duché et de la Grande Région afin de les rendre attentifs à l'offre touristique nationale et à la diversité du paysage national, dans le but de les inciter à non seulement découvrir la beauté du pays mais également d'en faire profiter l'économie locale. La campagne s'est axée sur plusieurs éléments, à savoir une campagne visuelle sur différents supports, une campagne interactive et un concours photo. En outre, la page internet www.100thingstodo.lu a été mise en place. Comme son nom l'indique, cette page regroupe un grand nombre d'activités de toutes sortes qui permettent de découvrir toute la beauté du pays.

La campagne visuelle



Les supports utilisés pour la campagne visuelle ont été des affiches papier classiques, des publicités sur des autobus et dans le tram, des annonces dans différents journaux et magazines, des splash pages sur des applications mobiles, des bandes d'annonces sur les newsletter électroniques, ainsi que différents partenariats.

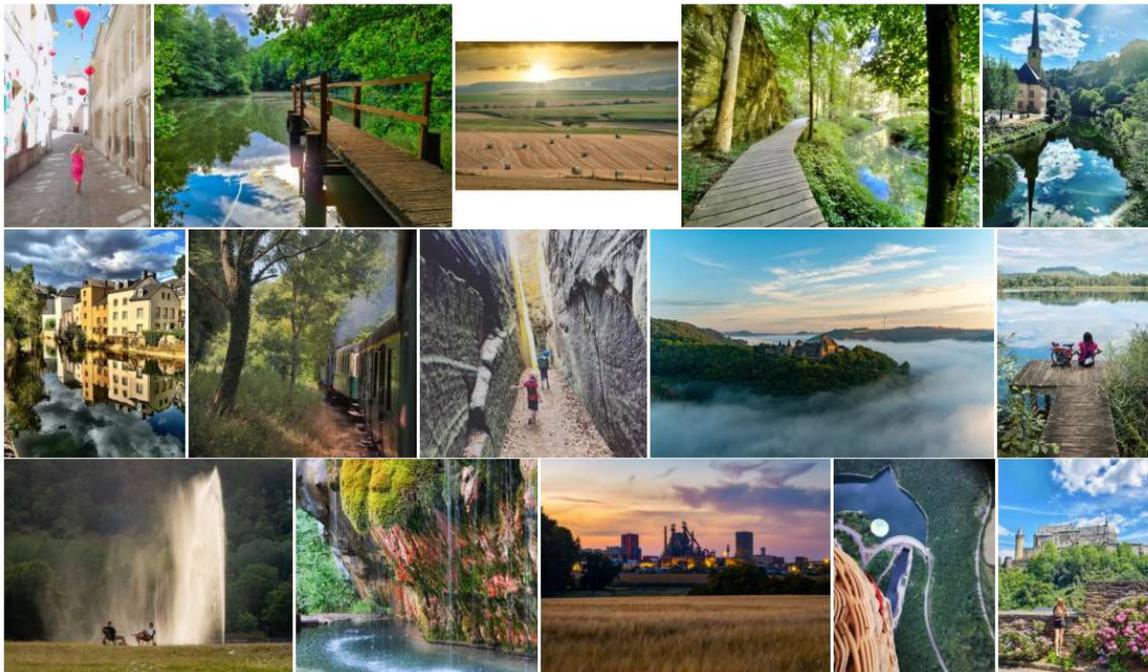
La campagne interactive

Afin d'encourager davantage les résidents et les habitants de la Grande Région de découvrir le Luxembourg, la Direction générale du tourisme, ensemble avec les différents Offices régionaux du tourisme et le Luxembourg City Tourist Office, a organisé une chasse au trésor à travers les différentes régions du pays. La campagne s'est déroulée entre le 17 juillet et le 15 septembre 2020. Dans chacune des régions a été caché consécutivement un trésor. Moyennant les réseaux sociaux, les participants au jeu ont reçu des indications sur le lieu où le trésor était caché. Le premier à trouver le trésor s'est vu récompenser d'un prix. A titre de preuve, les « chasseurs » ont dû se prendre en photo avec le trésor.



Le concours photo

En parallèle avec la chasse au trésor, un concours photo a été organisé sur internet. Le grand public a été invité à partager ses plus belles impressions du Luxembourg en publiant une photo sur le site www.100thingstodo.lu. Au total, plus de 550 photos ont été publiées dans la cadre de ce concours. Afin de déterminer les 3 meilleures photos, un jury a sélectionné 15 finalistes pour soumettre leurs photos au vote du public.



Le bon d'hébergement de 50 euros

Dans le cadre du plan de relance « Restart tourism », la Direction générale du tourisme a mis en place un bon d'hébergement d'une valeur de 50 euros, destiné au paiement d'une ou de plusieurs nuitées dans un établissement d'hébergement du Grand-Duché. L'idée était d'inciter les bénéficiaires du bon de passer au moins une nuitée dans un établissement d'hébergement du pays et de contribuer ainsi à la relance du tourisme national. Les bons ont été distribués sous certaines conditions à tout résident âgé de 16 ans au moins et à tout travailleur transfrontalier issu de la France, de la Belgique ou de l'Allemagne, âgé de 16 ans au moins. Les bons d'hébergement peuvent être utilisés dans tout établissement d'hébergement du pays participant à l'action. Au total, 730.096 bons ont été distribués, dont 98.698 exemplaires ont été utilisés jusqu'au 31 décembre 2020. La durée de l'action, qui aurait dû s'achever le 31 décembre 2020, a été prolongé jusqu'au 18 avril 2021.

Type d'établissement	Utilisation de bons au 31.12.2020	%
Auberge de jeunesse	1671	1.7%
Camping	10019	10.2%
Hôtel/Auberge	86967	88.1%
Autres	41	0.0%
Total	98698	100.0%

9.2.3 Move, we carry

Dans le cadre du programme de relance du secteur touristique luxembourgeois, la Direction générale du tourisme a mis en place d'un service de transport de bagages pour voyages en étapes au Grand-Duché de Luxembourg et qui a débuté fin juin 2020. Ce service a été offert gratuitement aux randonneurs ou cyclistes à la découverte du pays en étapes successives et était valable pour tout trajet vers ou depuis un hébergement commercial à un autre, ceci dans le but de stimuler l'activité commerciale et de générer des nuitées dans ces établissements.

Le succès de ce service, tant auprès des randonneurs que des cyclistes, a dépassé toutes attentes pour cumuler à quelque 3.500 bagages transportés de juin à décembre.

10. Tourisme de congrès

10.1. Perspectives et ambitions du secteur business events

Le développement du secteur des événements professionnels est une des priorités du gouvernement qui présente un grand potentiel de croissance au Luxembourg et permet de renforcer l'image et la visibilité du Grand-Duché au niveau international.

Dans la mesure où il contribue au renforcement des secteurs prioritaires comme la logistique, les écotecnologies, les TIC ou les technologies de l'espace, ce secteur des événements professionnels, congrès et conférences est un important vecteur de développement économique.

L'objectif du secteur des événements professionnels est donc de faire du Luxembourg une destination de choix pour les organisateurs d'événements et de positionner le Luxembourg dans le Top 50 des meilleures destinations au monde pour l'organisation de congrès internationaux.

10.2. Structures

10.2.1. Luxembourg Convention Bureau

Le Luxembourg Convention Bureau G.I.E. (LCB) est chargé de conseiller et de supporter le développement des événements professionnels au Luxembourg. En tant qu'interlocuteur privilégié pour l'organisateur de congrès, le LCB revêt le caractère d'un service public et de représentation officielle pour toute la destination.

L'action du LCB est axé sur le volet commercial pour constituer une force de vente permettant d'identifier et de démarcher les congrès en lien avec les secteurs prioritaires du Luxembourg, de nouer le réseau international de contacts nécessaires dans ce domaine et coordonner le processus de candidatures du Luxembourg pour les congrès internationaux.

A travers cette force de vente, le LCB vise à contribuer à la politique de promotion économique du Grand-Duché en attirant de l'attention, du know-how, des partenariats et de

l'investissement dans les secteurs économiques prioritaires. Un programme de partenariat a été mis en place par le LCB afin de collaborer avec tous les acteurs professionnels de la filière business events. Fin 2020, le LCB compte 165 partenaires issus de tous les secteurs de la filière événementiel. Afin de structurer et alimenter les travaux et réflexions du secteur, l'Advisory Board composé de représentants de toute la filière business events a été constitué.

Or, le secteur business events traversent une période difficile suite au début de la pandémie Covid-19 figurant parmi les premiers qui ont dû arrêter leurs activités. Le nombre d'événements professionnels (>50 participants) a connu une baisse de 73% par rapport à 2019.

Le secteur était ainsi contraint à se repositionner et à trouver de nouvelles pistes. Des instruments digitaux tels que le webinar et les événements hybrides font partie des nouveaux standards dans l'organisation d'événements professionnels.

C'est dans ce contexte que le LCB a revu sa stratégie de promotion et de communications sur les outils digitaux tels que campagnes digitales sur les réseaux sociaux, online sales missions dans le domaine associatif et corporate, présence virtuelle sur les salons professionnels.

Le LCB a recentré dans un premier temps ses actions de promotion sur le business local et Grande-Région afin d'inciter les entreprises et associations basées au Luxembourg ou alentours proches d'organiser leurs événements localement en privilégiant des trajets courts.

En raison de sa position centrale en Europe et son accessibilité, le Luxembourg a tous les atouts pour se positionner comme un hub pour l'organisation des événements hybrides en Europe.

Du 1^{er} au 3 novembre 2020, le Luxembourg a accueilli en tant qu'un des hubs régionaux européens » le 59^e congrès ICCA, une des associations les plus importantes dans le monde des réunions professionnelles. Cet événement hybride d'envergure a permis de montrer que nous sommes à la hauteur quant aux exigences organisationnelles, technologiques et sanitaires.

10.2.2 Luxembourg Congrès

Depuis 2013 le European Convention Center Luxembourg (ECCL) a connu une croissance exponentielle de son activité. En effet, le nombre d'événements ainsi que le chiffre d'affaires ont été multipliés par 2 et la part des événements internationaux représentait environ 30% du total en 2019. Cette évolution a été interrompue brusquement avec la suspension de l'activité MICE dû à la crise sanitaire.

La crise sanitaire a entraîné de nombreuses annulations et des reports qui se sont traduits par une baisse importante de l'activité avec une réduction du nombre total d'événements (-22,77%) sur les deux bâtiments et du nombre de jours d'occupation (- 66,11 %) pour le bâtiment principal ECCL.

Au cours de l'exercice du 1^{er} janvier 2020 au 31 décembre 2020, Luxembourg Congrès S.A. a géré 78 manifestations à l'European Convention Center Luxembourg (ECCL), dont 34 événements dans le bâtiment de l'Hémicycle et 44 événements dans le bâtiment principal de l'ECCL. Les événements à l'ECCL et à l'Hémicycle en 2020 ont totalisé 12.078 participants comparé à 49 355 en 2019.

Il est à noter qu'une majorité d'événement a eu lieu sous une forme hybride ou virtuelle avec peu de participants en présentiel et une augmentation très importante de participants virtuels. Par ailleurs, seules 5 réunions du Conseil de l'Union européenne ont eu lieu de façon présentielle à l'ECCL au mois d'octobre. En effet, les réunions du Conseil prévues en avril et en juin ont été transformées en réunion totalement virtuelles.

Le chiffre d'affaires de Luxembourg Congrès a par conséquent considérablement baissé avec notamment une perte de -72,46% du montant lié à la location d'espaces en comparaison avec l'année précédente, et une diminution de -73,91% du chiffre d'affaires global.

La baisse significative du chiffre d'affaires s'explique notamment par :

- L'annulation des évènements
- Le report d'évènements après 2021
- La non-confirmation des options
- L'augmentation significative du nombre d'évènements en gratuité (+37,5%)

Au cours de l'année, Luxembourg Congrès a été amené à opérer un changement profond en modifiant considérablement la stratégie de développement de l'ECCL, son fonctionnement et ses relations avec les clients, les partenaires et les prestataires. Dans ce nouveau contexte et afin de répondre aux besoins actuels des organisateurs d'évènements, l'offre a dû être totalement réadaptée et de nouvelles solutions ont été trouvées et inventées.

La reprise de l'activité a été envisagée de façon progressive avec des étapes liées au déconfinement au Luxembourg et sur les marchés prioritaires, mais surtout à la capacité de garantir la sécurité sanitaire aux organisateurs et aux participants à des évènements en leur « redonnant confiance ». Luxembourg Congrès a lancé son « plan de reprise et de relance de l'activité » avec notamment la mise en œuvre des différentes actions prévues afin de retrouver une tendance positive en termes d'activité de l'ECCL et de chiffre d'affaires.

Pour atteindre ces objectifs, Luxembourg Congrès a engagé la mise en œuvre d'une stratégie réadaptée en cohérence avec le contexte actuel :

- Adaptation de tous les espaces de l'ECCL pour respecter les mesures sanitaires ;
- Développement des équipements techniques et technologiques ;
- Ajustement de la politique commerciale ;
- Réadaptation permanente du plan Marketing ;
- Renforcement et adaptation de la communication ;
- Intensification des actions auprès de la clientèle luxembourgeoise (marché prioritaire principal) ;
- Développement progressif des actions sur les marchés prioritaires en fonction des contraintes sanitaires ;
- Poursuite de la commercialisation des espaces « réadaptés » pour des évènements « présents », « hybrides » ou « virtuels » ;
- Promotion des évènements dans les secteurs économiques prioritaires du Luxembourg en tenant compte de l'évolution de chaque secteur face à la crise ;
- Renforcement des partenariats avec les cibles prioritaires : associations, corporate et institutions.

10. Relations internationales et coopération transfrontalière

La Direction générale du tourisme a participé aux travaux du Comité du Tourisme de l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE), du Tourism Advisory Committee de la Commission de l'Union Européenne, du Management Board de l'Hotelstars Union, de l'Institut Européen des Itinéraires Culturels et des groupes de travail touristiques au niveau de la Grande Région. D'autre part, la Direction générale du tourisme est membre de la Fédération Européenne de Randonnée pédestre (FERP), ainsi que de l'Association Européenne des Voies Vertes (AEVV).

La Direction générale du tourisme a également pris part aux réunions du Groupe de travail tourisme du Conseil de l'Union européenne. Au cours de l'année 2020, les discussions européennes menées au sujet du tourisme portaient principalement sur l'impact du COVID-19 sur le secteur. Dans ce contexte, trois vidéoconférences des Ministres du Tourisme se sont tenues en 2020 pour aborder les défis liés à la pandémie.

En mai 2020, le paquet « tourisme et transports : orientations de la Commission sur la reprise des voyages en toute sécurité et sur la relance du secteur touristique européen en 2020 et au-delà » a été présenté. Comprenant un ensemble d'orientations, de recommandations et de lignes directrices, le paquet avait notamment pour but d'aider les Etats membres à lever progressivement les restrictions en matière de voyages. En outre, avec l'élaboration de protocoles sanitaires, le paquet visait à soutenir l'écosystème touristique à se remettre de la pandémie.

Afin de souligner l'importance d'une approche cohérente au niveau européen et la nécessité de préserver la liberté de circulation des personnes entre les Etats membres en maintenant l'intégrité de l'espace Schengen, le Luxembourg a signé une déclaration conjointe avec neuf autres Etats membres de l'Union européenne (AT, HR, FR, GR, IT, MT, PT, SI, ES) en septembre 2020.

En octobre 2020, la Commission européenne a organisé la « European Tourism Convention » pour lancer un dialogue sur la relance durable et les orientations futures du tourisme. Par le biais d'une déclaration écrite, le ministre du Tourisme, Lex Delles, a évoqué l'importance des investissements dans la numérisation, les infrastructures et la main-d'œuvre qualifiée pour renforcer la résilience de l'écosystème touristique et garantir un développement durable du secteur sur le long terme.

DIRECTION GÉNÉRALE DES CLASSES MOYENNES



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

Direction générale des classes moyennes

11. Mesures de soutien aux PME dans le cadre du Covid-19

La Direction générale des classes moyennes a mis en place différentes mesures d'aide visant à soutenir les petites et moyennes entreprises impactées par la crise du Covid-19. Plusieurs aides financières non-remboursables ainsi qu'une avance remboursable ont été créées afin d'engager une reprise durable de l'économie luxembourgeoise.

11.1. Avance remboursable pour remédier à une difficulté financière temporaire

Le gouvernement a créé le 3 avril 2020 un régime d'aide visant à soutenir les petites et moyennes entreprises qui se trouvent en difficulté financière temporaire suite aux répercussions de l'épidémie du Covid-19. L'octroi de l'aide fait l'objet d'une triple condition, à savoir qu'il a été reconnu que l'épidémie du Covid-19 a eu un impact nuisible sur l'activité économique de l'entreprise, que cette entreprise rencontre des difficultés financières temporaires et qu'il existe un lien de causalité entre ces difficultés et l'épidémie du Covid-19.

Cette aide prend la forme d'une avance remboursable. Elle peut aller jusqu'à 50 % des coûts (frais de personnel et loyers). Le remboursement de l'aide se fait selon un plan de remboursement qui doit trouver l'accord de l'entreprise et de la Direction générale des classes moyennes, et qui débutera au plus tôt 12 mois après l'obtention de l'avance remboursable. La Direction générale des classes moyennes a versé 114.882.098 euros dans ce contexte.

11.2. Première indemnité d'urgence pour les micro- et petites entreprises

Une indemnité forfaitaire de 5.000 euros a été créée par règlement grand-ducal du 25 mars 2020, au profit des entreprises de moins de 10 salariés, obligées de fermer ou d'arrêter leurs activités en application des dispositions des articles 2 et 3 du règlement grand-ducal du 18 mars 2020 portant introduction d'une série de mesures dans le cadre de la lutte contre le Covid-19. La Direction générale des classes moyennes a versé 31.482.500 euros dans le cadre de cette aide directe et non remboursable.

11.3. Deuxième indemnité d'urgence pour les micro- et petites entreprises ainsi qu'une indemnité d'urgence pour les entreprises qui occupent entre 10 et 20 personnes

Le règlement grand-ducal du 24 avril 2020 a étendu le bénéfice de l'indemnité d'urgence certifiée de 5.000 euros aux micro-entreprises qui, sans avoir été obligées de fermer ou d'arrêter leurs activités, ont subi une perte d'au moins 50% de leur chiffre d'affaires en raison notamment des restrictions aux déplacements imposées à la population. La Direction générale des classes moyennes a soutenu les entreprises concernées avec un total de 36.507.500 euros.

A cela s'est ajouté la mise en place d'une nouvelle mesure de soutien en faveur des entreprises qui occupent entre 10 et 20 personnes. Elles ont pu bénéficier d'une indemnité unique de 12.500 euros. Cette aide a visé les entreprises qui ont été obligées de fermer leurs établissements ou de cesser leurs activités en application des dispositions des articles 2 et 3 du règlement grand-ducal du 18 mars 2020 précité respectivement qui ont subi une perte d'au moins 50% de leur chiffre d'affaires en raison notamment des restrictions aux déplacements imposées à la population. La Direction générale des classes moyennes a versé 8.407.500 euros dans le cadre de cette aide directe et non remboursable.

11.4. Deux indemnités d'urgence pour les indépendants

Afin de soutenir financièrement les indépendants touchés par les difficultés financières liées au Covid-19, le gouvernement a mis en place deux indemnités d'urgence en leur faveur. L'octroi de la première mesure de soutien était soumis à plusieurs conditions.

Le demandeur devait ainsi rencontrer des difficultés financières temporaires dues aux conséquences du Covid-19, occuper moins de 10 personnes et son revenu professionnel servant de base de calcul pour les cotisations sociales ne devait pas dépasser le montant de deux fois et demi le salaire social minimum. Dans le cadre de la première indemnité d'urgence pour indépendants (2.500 euros) 2.557 demandes éligibles ont été traitées et 6.392.500 euros versés.

Dans le cadre de la deuxième indemnité d'urgence pour indépendants (entre 3.000 euros et 4.000 euros en fonction du revenu) 4.190 demandes éligibles ont été traitées et 13.344.500 euros versés. Cette aide avait bénéficié aux personnes qui ont le statut d'indépendant à titre principal, qui sont affiliées en tant que tel à la sécurité sociale et dont le revenu professionnel est au moins égal ou supérieur à un tiers du salaire social minimum et ne dépasse pas le montant de deux fois et demi le salaire social minimum.

11.5. Fonds de relance et de solidarité pour les entreprises particulièrement touchées par la pandémie de COVID-19

En date du 22 juin 2020, la Chambre des députés a adopté le projet de loi visant à mettre en place un fonds de relance et de solidarité. Toute entreprise du secteur du tourisme, de l'évènementiel, de la culture ou du divertissement qui avait subi une perte du chiffre d'affaires durant les mois de juin à novembre 2020 d'au moins 25% par rapport à la même période de l'année 2019 pouvait bénéficier d'une aide mensuelle non remboursable dont le montant était calculé sur base du nombre de salariés et de travailleurs indépendants de l'entreprise. L'entreprise recevait ainsi 1.250 euros par salarié et indépendant actif, tandis que ce montant s'élevait à 250 euros par salarié qui se trouvait au chômage partiel complet durant le mois pour lequel l'aide était sollicitée. Au 31 décembre 2020 40.300.000 euros ont été versés par la Direction générale des classes moyennes.

11.6. Aide spécifique pour le commerce de détail en magasin

En date du 22 juin 2020, la Chambre des députés a adopté le projet de loi visant à mettre en place un régime d'aides en faveur des entreprises du commerce de détail

- qui ont été obligées d'arrêter leurs activités en raison de l'interdiction de l'accueil de public imposée par règlement grand-ducal du 18 mars 2020 ;
- ou qui ont subi une perte du chiffre d'affaires d'au moins 50% entre le 15 mars 2020 et le 15 mai 2020 ;
- qui n'ont pas perçu de subventions de chômage partiel pour le mois pour lequel l'aide en question est demandée ;
- et qui n'ont pas procédé à des licenciements pour motifs économiques.

Le montant de l'aide non remboursable s'élevait à

- 1.000 euros par salarié pour le mois de juillet ;
- 750 euros par salarié pour le mois d'août ;
- 500 euros par salarié pour le mois de septembre.

Il convient de remarquer que les délais d'introduction pour cette aide ont été prolongés jusqu'au 15 février 2021. En date du 31 décembre 2020, quelque 2.913 demandes avaient été introduites. Sur ces 2.913 demandes, 2.561 dossiers ont été avisés de manière positive, 204 dossiers ont été refusés et 148 dossiers ont été renvoyés aux demandeurs pour leur demander des informations supplémentaires.

Par ce régime d'aide, la Direction générale des classes moyennes a soutenu les entreprises du commerce de détail avec un total de 8.650.709 euros.

11.7. Aide de compensation de l'augmentation du salaire social minimum

Fin novembre 2020 il a été décidé d'introduire une nouvelle aide financière en faveur des entreprises des secteurs qui sont les plus gravement touchés par la pandémie de COVID-19 et dont la situation financière rend difficile de supporter la nouvelle charge découlant de la hausse du salaire social minimum.

Cette aide prend la forme d'une subvention en capital forfaitaire unique à hauteur de 500 euros par salarié, dont la rémunération mensuelle est supérieure ou égale au salaire social minimum et inférieure ou égale au salaire social minimum qualifié (SSM).

11.8. Nouvelle aide de relance

Afin de renforcer le soutien aux petites et moyennes entreprises, il a été décidé en décembre 2020 de prolonger l'aide de relance dans le cadre du « Fonds de relance et de solidarité pour entreprises » en faveur des secteurs du tourisme, de l'évènementiel, de la culture et du divertissement. Cette nouvelle aide a cependant un champ d'application plus large, car elle bénéficie également au secteur du commerce de détail en magasin et aux gestionnaires d'organismes de formation professionnelle continue. Elle prend la forme de subventions en capital mensuelles et s'étend sur une période de quatre mois allant de décembre 2020 à mars 2021.

Elle est liée à la condition que l'entreprise ait subi une perte du chiffre d'affaires mensuel d'au moins 25% et est calculée sur base du nombre de salariés et de travailleurs indépendants de l'entreprise. Le montant de la subvention s'élève à 1 250 euros par travailleur indépendant et par salarié en activité au cours du mois pour lequel l'aide est sollicitée respectivement à 250 euros par salarié au chômage partiel complet au cours du mois pour lequel l'aide est sollicitée. La Direction générale des classes moyennes a versé les premières aides début janvier 2021.

11.9. Contribution temporaire de l'État aux coûts non couverts de certaines entreprises

Mi-décembre 2020, la Chambre des députés a adopté un projet de loi visant à mettre en place une contribution temporaire de l'État aux coûts non couverts de certaines entreprises et dont les activités étaient gravement impactées par la pandémie du COVID-19, à savoir les secteurs du tourisme, de l'évènementiel, de la culture, du divertissement et aux gestionnaires d'organismes de formation professionnelle continue, ainsi que le commerce de détail.

Cette aide est allouée sous forme de subventions en capital mensuelles calculées sur base des coûts non couverts aux entreprises qui, au cours de tout ou d'une partie de la période se situant entre le 1er novembre 2020 et le 30 mars 2021, subissent une perte du chiffre d'affaires

mensuel d'au moins 40 % par rapport au mois correspondant de l'année 2019. L'aide était plafonnée à 20.000 euros par mois pour une microentreprise, 100.000 euros par mois pour une petite entreprise et 200.000 euros par mois pour une moyenne et grande entreprise.

Au 31 décembre 2020, un total de 38 demandes a été introduit auprès de la Direction générale des classes moyennes. Ce nombre modeste s'explique par le fait que cette aide n'a été mise en place que fin décembre. Sur ces 38 demandes, 23 ont déjà été avisées de manière positive en décembre et la Direction générale des classes moyennes a soutenu les entreprises concernées avec un total de 461.000 euros.

12. Le droit d'établissement des PME

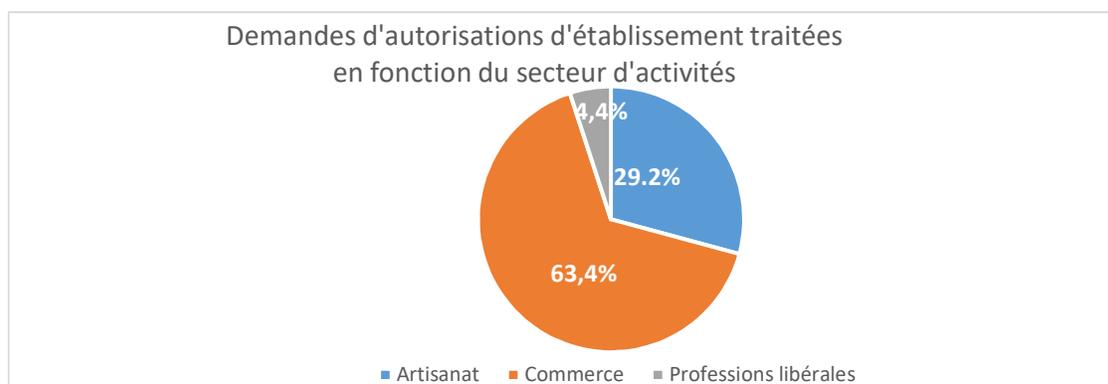
Il est important de disposer et de maintenir un environnement économique avec des règles s'appliquant de manière équitable à toutes les entreprises. C'est une des raisons pour lesquelles l'accès à une activité commerciale ou artisanale est subordonné à la possession d'une autorisation d'établissement délivrée par la Direction générale des classes moyennes.

12.1. Autorisations d'établissement

En 2020, la Direction générale des classes moyennes a connu une légère régression dans le traitement des dossiers en matière d'autorisations d'établissement (11.245 demandes en 2020 contre 12.014 demandes en 2019) du au contexte économique difficile.

Un total de 9794 autorisations a ainsi pu être délivré à l'issue de l'instruction administrative (contre 10.564 en 2019), dont 2.588 autorisations dans le secteur de l'artisanat (contre 2.560 en 2019), 6.796 autorisations dans le secteur commercial (contre 7.489 en 2019) et 410 en vue de l'exercice d'une profession libérale (contre 515 en 2019).

Secteurs d'activité	Artisanat	Commerce	Prof. libérales	Total
Autorisations délivrées	2.588	6.796	410	9794
Autorisations refusées	1036	335	80	1.451
Autorisations demandées	3.624	7.131	490	11.245



12.2. Demandes de prestataires étrangers pour services occasionnels

Les activités d'entreprises artisanales transfrontalières qui ne sont pas établies au Luxembourg, mais qui y prestent des services, sont soumises à une déclaration préalable donnant lieu à l'émission d'un certificat de déclaration préalable. Ainsi, 4.663 certificats ont été émis en 2020 (contre 4.510 certificats en 2019), ce qui témoigne que le marché luxembourgeois demeure attractif en tant que moteur économique de la Grande Région.

Statut du certificat	Nombre
Certificats délivrés	4.200
Certificats refusés	347
Demandes en traitement	116
Certificats demandés	4.663

Étant donné que ces certificats ont une durée de validité limitée à 1 an, il est pertinent de préciser que les renouvellements de certificats représentent quelques 68,9 % du total des demandes, contre 31,1 % pour les 1^{ères} demandes de certificats.

12.3. La future réforme du droit d'établissement

Il est prévu d'effectuer une réforme du droit d'établissement afin d'adapter la législation à un environnement économique en mutation permanente. A cet effet, les travaux préparatoires ont débuté en 2019. Plusieurs entrevues ont eu lieu avec diverses administrations et partenaires institutionnels. Le dépôt du projet de loi est prévu dans le courant de l'année 2021.

A noter qu'il est également prévu de moderniser en 2021 le cadre légal qui traite de l'organisation des professions d'architecte et d'ingénieur-conseil. A cet égard, les premiers échanges avec les partenaires institutionnels ont débuté dans le courant de l'an 2019 et se sont poursuivis en 2020 notamment au regard du principe de proportionnalité issu de la Directive (UE) 2018/958 du Parlement européen et du Conseil du 28 juin 2018 relative à un contrôle de proportionnalité avant l'adoption d'une nouvelle réglementation de professions.

12.4. A l'écoute du monde économique

La Direction générale des classes moyennes est en contact permanent avec le monde économique en général et plus particulièrement celui des petites et moyennes entreprises. Pour permettre aux PME l'entrée en contact, plusieurs moyens de communication ont été mis en place. Ainsi, mis à part la voie classique du courrier postal, les PME peuvent contacter la Direction générale des classes moyennes via une hotline spécialement mise en place pour traiter les questions relatives aux autorisations d'établissement. En 2020, les agents de la Direction générale ont répondu à un total de près de 12.000 appels.

Par ailleurs, près de 25.300 courriels ont été reçus à l'adresse mail dédiée aux questions relatives aux autorisations d'établissement et les agents de la Direction générale ont eu plus

de 750 entrevues avec des clients. Etant donné que la Direction générale des classes moyennes participe au projet de la House of Entrepreneurship et qu'elle y dispose d'un bureau, ces entrevues ont eu lieu en très large partie à la House of Entrepreneurship même.

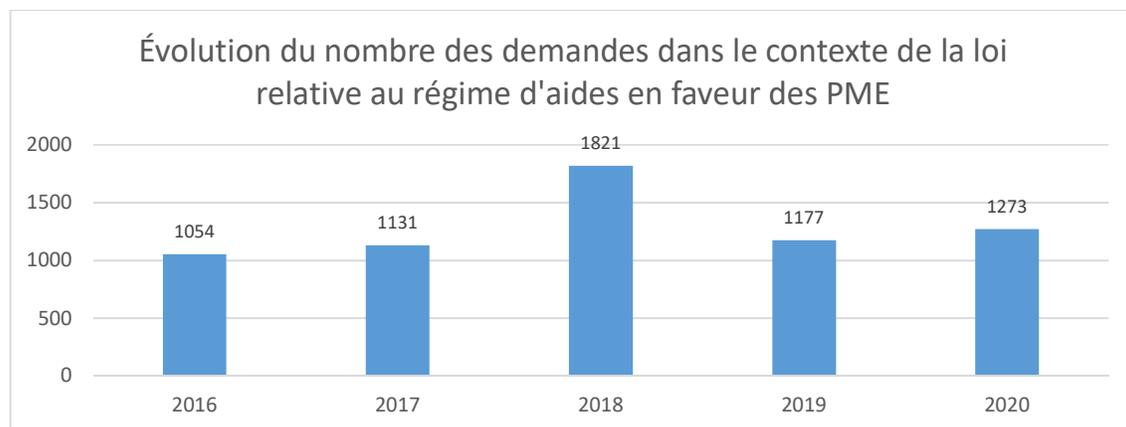
En tant qu'interlocuteur privilégié des petites et moyennes entreprises, la Direction générale des classes moyennes s'est également tenue à la disposition des entreprises pour les aider dans leurs différentes questions relatives aux aides liées à la crise du Covid-19. Plus de 28.000 courriels ont été reçus aux adresses mail dédiées aux questions relatives aux aides Covid-19 et près de 28.000 appels ont été traités par les agents de la Direction générale dans le contexte des aides Covid-19.

13. Les aides aux entreprises du secteur des classes moyennes

Le soutien financier aux PME est l'activité centrale de la Direction générale des classes moyennes. En effet, une entreprise qui n'investit pas, est une entreprise qui – à long terme – ne peut survivre. La mission de la Direction générale des classes moyennes consiste à encourager et à soutenir les entreprises pour leur permettre d'évoluer afin d'assurer leur compétitivité et de garantir ainsi leur pérennité.

13.1. Loi relative au régime d'aides en faveur des PME

La loi relative au régime d'aides en faveur des PME a pour objectif d'aider financièrement les entreprises qui souhaitent investir et peut dès lors être considérée comme un réel incitatif à l'investissement. Etant donné que de nombreuses entreprises ont perçu des aides à travers les différentes mesures de soutien liées à la pandémie du Covid-19, le nombre des demandes et des montants accordés dans le cadre du régime d'aides classique a baissé en 2020.



Détail des dossiers commissionnés en 2020 :

Catégorie	Demandes	Montant présenté	Montant éligible	Montant accordé
Artisanat	491	55 975 689 €	49 685 515 €	5 973 732€
Commerce	174	19 791 053 €	18 850 387 €	2 124 678€
Horeca	74	9 912 345 €	9 659 654 €	1 245 638€
Architectes / ingénieurs	14	116 513 €	116 513 €	67 911 €
Total	753	85 795 601 €	78 312 071 €	9 411 961 €

13.2. Fit for Digital

Les demandes introduites dans le cadre du programme Fit for Digital (programme de soutien à la compétitivité des PME pour l'étude et la mise en place d'une stratégie digitale) ont légèrement baissé par rapport à 2019.

Nombre des demandes Fit for Digital :

Année	Demandes	Montant accordé
2017	11	55 000 €
2018	67	335 000 €
2019	117	585 000 €
2020	91	455 000 €

13.3. Fit for Digital-Packages

La Direction générale des classes moyennes, la House of Entrepreneurship et Luxinnovation ont créé le programme Fit 4 Digital-Packages, spécialement conçu pour accompagner les très petites entreprises de moins de 50 salariés dans leur transition digitale en mettant en œuvre une solution sur-mesure.

Ce nouveau projet repose sur trois piliers : la préanalyse et l'accompagnement, l'implémentation d'un outil digital et le soutien financier. L'implémentation de l'outil digital est prise en charge en partie par un voucher digital plafonné à 5.000 euros.

Programme	Demandes	Montant accordé
Fit 4 Digital Packages	162	110 000 €
Fit for Service	1	6 000 €
Digitalt Handwierk	8	288 000 €

13.4. Crédit d'équipement

Parmi les différents instruments à disposition de la SNCI (Société Nationale de Crédit et d'Investissement) pour assister les PME dans le financement de leurs projets d'investissement, le crédit d'équipement est assurément le plus répandu. Le tableau ci-dessous reprend l'évolution des montants accordés dans le cadre du crédit d'équipement, ventilée en fonction des secteurs d'activité.

Année	Artisanat	Commerce	Secteur HORECA
2017	10 212 623 €	229 000 €	602 900 €
2018	7 312 468 €	2 902 000 €	451 000 €
2019	0 €	140 000 €	2 495 000 €
2020	1.571.600 €	534.000 €	116.000 €

14. La mise en œuvre d'une politique en faveur des PME

Consciente de l'importance économique du secteur et des adaptations aux changements de l'environnement économique et social dont il a besoin, la Direction générale des classes moyennes continue à développer une politique en faveur des PME, non seulement par des actions propres dans le cadre de ses attributions directes, mais également par ses interventions auprès des autres départements ministériels.

14.1. Le Haut comité PME et le 5ème plan d'action en faveur des PME

La Direction générale des classes moyennes accompagne les travaux du Haut comité PME, qui est composé des représentants de la Chambre de Commerce, de la Chambre des Métiers, de la Fédération des artisans, de la Confédération de commerce et de l'Horesca. Son objectif est de proposer et de discuter des mesures pour stimuler l'entrepreneuriat, la création d'entreprise et finalement de favoriser le développement du secteur des PME.

Soucieux de disposer d'un environnement favorable au développement des entreprises, le Haut comité PME, présidé par le ministre des Classes moyennes et regroupant les représentants patronaux est notamment chargé de l'implémentation du 5ème plan d'action

en faveur des PME. Ainsi, lors de sa réunion du 14 juin 2020, le Haut Comité PME a décidé de la mise en place de plusieurs groupes de travail afin de mener des discussions et des négociations thématiques sur les différents éléments à implémenter dans le 5ème plan d'action PME.

Malheureusement, étant donné que les différents acteurs du Haut comité PME étaient fortement impliqués dans la gestion de la pandémie du Covid19, l'avancement des travaux de ce Haut comité était fortement ralenti en 2020.

14.2. Les « Pakts »

14.2.1. Le « Pakt Pro-Commerce »

Lancé le 15 avril 2016, le « Pakt Pro-Commerce » pour le soutien et le développement du commerce de détail a été élaboré en commun par la Direction générale des classes moyennes, la Chambre de Commerce et la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc). Avec ce pacte, la Direction générale des classes moyennes a harmonisé et concrétisé sa collaboration avec la clc et la Chambre de Commerce pour dynamiser ensemble le commerce national.

Le pacte est toujours d'actualité et comporte 5 champs d'action:

1° L'analyse

En 2019 une phase pilote avec cinq communes a été lancée afin de tester l'outil du « Cadastre de Commerce » et d'établir des analyses sur le développement à court terme du commerce. Cette phase pilote s'est terminée au troisième trimestre. Grâce à une base de données de qualité, non seulement les acteurs économiques et politiques, mais aussi les entreprises, disposent désormais d'un véritable outil d'aide à la décision pour les accompagner de manière intelligente le développement du commerce de détail, à l'échelle d'un quartier, d'une ville ou d'une région.

Cette mise en place du « Cadastre de Commerce », incluant également l'information des surfaces disponibles en vue de l'élaboration d'un « Leerstandskadaster » performant, devrait également permettre aux décideurs politiques et économiques de faire de meilleurs choix d'orientation économique.

2° La digitalisation

S'inscrivant dans la stratégie « Digital Lëtzebuerg », ce volet vise à sensibiliser les commerçants aux défis et opportunités qu'offrent les outils des TIC dans le développement de leurs concepts commerciaux.

i) Le programme « Fit 4 digital » s'inscrit lui aussi dans cet axe : il permet l'intervention d'une société privée de consultance spécialisée pour réaliser un diagnostic à 360° de l'organisation d'une entreprise et de ses processus et la définition d'un plan d'action orienté digitalisation. L'offre de services « Fit 4 Digital » a été développée par Luxinnovation et le diagnostic du consultant est cofinancé à 100 % (maximum 5.000 euros) via un voucher. Les investissements pour la mise en place du plan d'action sont cofinancés via la loi relative au régime d'aides en faveur des PME, ceci au taux usuel.

3° Le commerce urbain

Ce volet vise à soutenir la professionnalisation des politiques communales en matière de développement commercial et économique afin de rendre les centres des villes plus attractifs et dynamiques. Ainsi, la Direction générale des classes moyennes tient des moyens financiers à disposition des communes qui veulent mettre en œuvre des projets visant à rendre le commerce urbain plus attractif.

4° La culture du service

Cet axe entend appuyer l'évolution vers une « société du service » et de développer une stratégie de sensibilisation des entreprises à l'importance du service de haute qualité dans une approche managériale. Concrètement, le programme « Fit 4 service » permet l'intervention d'une société privée de consultance spécialisée et choisie par l'entreprise participante. Le consultant procède à une analyse de l'« expérience-client » et fournira un catalogue de mesures d'améliorations. Les diagnostics sont financés par la Direction générale des classes moyennes à hauteur de 6000 euros (par le principe de vouchers) à 100%. Les investissements pour la mise en place du plan d'action sont cofinancés via la loi relative au régime d'aides en faveur des PME, ceci au taux usuel.

5° La promotion économique

Cet axe prévoit l'initiation d'une action de marketing et de communication pour promouvoir et pérenniser le positionnement du Luxembourg en tant que lieu d'achat de référence dans le contexte transfrontalier. En conséquence, ce pacte concrétise encore d'avantage la collaboration existante entre la Direction générale des classes moyennes, la clc et la Chambre de Commerce et permettra de redynamiser le commerce national. Lancé le 15 avril 2016, le « Pakt Pro-Commerce » pour le soutien et le développement du commerce de détail a été élaboré en commun par la Direction générale des classes moyennes, la Chambre de Commerce et la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc). Avec ce pacte, le ministère de l'Économie a harmonisé et concrétisé sa collaboration avec la clc et la Chambre de Commerce pour dynamiser ensemble le commerce national.

14.2.2. Le « Pakt Pro-Artisanat »

En 2017, la Direction générale des classes moyennes a lancé, ensemble avec la Chambre des Métiers et la Fédération des artisans, le « Pakt Pro-Artisanat » qui vise surtout à favoriser une plus forte digitalisation des PME artisanales et à les encourager à s'internationaliser.

Par analogie au « Pakt Pro-Commerce », le « Pakt Pro-Artisanat » est également encore en vigueur et comporte 4 champs d'action :

1° La promotion et l'image de marque de l'artisanat

Cet axe prévoit la promotion de l'artisanat auprès du grand public, en vue de le positionner comme un secteur d'avenir offrant des opportunités de carrières aux générations futures. L'initiative « Hands Up » lancée par la Chambre des Métiers et soutenue par la Direction générale des classes moyennes vise ainsi à repositionner l'artisanat à sa juste valeur et à montrer la richesse et la diversité des métiers tout comme les perspectives de carrières dans l'artisanat.

2° La transmission d'entreprise

Dans les 10 années à venir, environ 3 000 entreprises artisanales occupant 47 000 salariés seront à transmettre. Dès lors, la Direction générale des classes moyennes, ensemble avec ses partenaires, essaient de sensibiliser en permanence les PME à la transmission et à la reprise d'entreprise.

3° La culture et la qualité du service

Il y a lieu d'accompagner les entreprises artisanales dans leur démarche client en leur proposant un diagnostic au niveau de la gestion de la relation client, afin de pérenniser l'activité artisanale dans son ensemble. Par analogie au « Pakt Pro-Commerce », le programme « Fit 4 service » est applicable de la même manière pour les entreprises artisanales.

4° La digitalisation des entreprises et « Artisanat 4.0 »

Sachant que la digitalisation concerne aussi bien les processus internes que les relations externes, les mesures prévues par le pacte Pro-Artisanat proposent d'accompagner les entreprises dans cette transition tout en proposant des initiatives à différents niveaux. Ainsi, la mise en place de la cellule « E-Handwerk » à la Chambre des Métiers a pour mission de guider et d'orienter les entreprises artisanales dans leur transformation digitale. Ceci se fait par des moyens divers et variés tels que des visites d'entreprises visant à donner des conseils concrets, utiles et personnalisés sur place, l'organisation d'ateliers et de conférences sur les différents sujets de la digitalisation, mais aussi la mise à disposition de tout un recueil d'informations sur la numérisation, les moyens de financement et les partenaires appropriés vers lesquels les artisans peuvent s'orienter en vue de mener à bien les projets numériques des entreprises.

14.3. House of Entrepreneurship

La House of Entrepreneurship, lancée en octobre 2016 sous l'impulsion du ministère de l'Économie et de la Chambre de Commerce, fédère l'ensemble des parties prenantes intervenant dans la chaîne de valeur de la création et de développement d'entreprises au Luxembourg. Au travers de son one-stop shop, le point de contact national dédié l'entrepreneuriat, elle propose une offre consolidée de services aux porteurs de projets entrepreneuriaux et aux dirigeants établis. En fédérant l'ensemble des parties prenantes intervenant dans cette chaîne de valeur, la House of Entrepreneurship propose de nombreux services aux porteurs de projets et aux dirigeants établis. Ses conseillers accompagnent les entrepreneurs tout au long du cycle de vie de leur entreprise et les guident à travers les thématiques suivantes :

- création d'entreprise et parcours de l'entrepreneur ;
- accompagnement et développement ;
- financement à travers l'octroi de cautionnements ;
- reprise et cession d'activité.

La collaboration entre la Direction générale des classes moyennes, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers permet de mettre en place un soutien significatif, notamment aux créateurs et repreneurs d'entreprise. Le one-stop shop de la House of Entrepreneurship a pu prendre en charge plus de 40.000 demandes émanant d'entrepreneurs en 2020. A cela s'ajoute une présence accrue de la House of Entrepreneurship pendant la pandémie du Covid-19. Elle se tenait notamment à la disposition des entrepreneurs pour les aider dans leurs

différentes démarches relatives aux aides. 12 webinars entre avril et septembre 2020 avec 1.139 participants ont eu lieu dans ce contexte.

A noter que le Guichet de la Direction générale des classes moyennes auprès de la House of Entrepreneurship est ouvert tous les jours au public. Les créateurs d'entreprises qui rencontrent des difficultés dans la procédure de demande d'autorisation d'établissement peuvent y trouver conseil.

14.4. Formation accélérée pour chefs d'entreprises

Les cours de formation accélérée organisés par la Chambre de Commerce (House of Training) depuis 1980 s'adressent aux personnes intéressées démunies de diplômes d'études et aux commerçants établis, désirant augmenter la gamme de leurs marchandises ou souhaitant changer de branche commerciale.

Des tests sont organisés pour 4 activités différentes, à savoir :

- a) Le secteur des transporteurs de marchandises et de personnes : l'examen en question comporte trois volets, à savoir le tronc commun, le transport national de marchandises ou de voyageurs et le transport international de marchandises ou de voyageurs ;
- b) Le secteur de l'HORECA : la réussite au test permet l'accès aux professions du secteur de l'HORECA, ainsi que de dépositaire de boissons alcooliques et non-alcooliques ;
- c) Le secteur des commerçants en gros et en détail : plusieurs sessions de cours en langue luxembourgeoise et française sont organisées par an ;
- d) Le secteur des professions de l'immobilier : pour justifier des qualifications requises pour accéder à une profession de l'immobilier, les requérants doivent avoir réussi cette formation.

Les résultats des tests clôturant actuellement les différentes formations accélérées, organisées sous la tutelle du ministère de l'Économie, sont repris dans les tableaux ci-dessous.

Année	Transport		HORECA		Commerce	
	inscrits	réussites	inscrits	réussites	inscrits	réussites
2013/14	45	22	481	276	584	280
2014/15	51	28	419	288	519	266
2015/16	36	23	501	331	497	279
2016/17	31	18	343	262	186	149
2017/18	31	29	456	361	283	175
2018/19	25	12	372	317	227	145
2019/20	34	/	478	367	136	58
2020/21	34	26	299	235	98	48

2020	Inscriptions	Examen	Réussites
Agent immobilier	} total : 1.563	451	393
Promoteur immobilier		451	289
Syndic		433	313

14.5. Projets et initiatives

La Direction générale des classes moyennes est à l'origine de bon nombre de projets et soutient, en partenariat avec les chambres et organisations professionnelles, les initiatives en vue de promouvoir l'esprit d'entreprise, en sensibilisant en particulier les jeunes à l'esprit d'entreprise et au goût du risque, pour encourager ainsi la création d'entreprise.

14.5.1. Luxembourg for Shopping GIE

La plateforme de vente en ligne Letzshop.lu, gérée par le groupement d'intérêt économique (GIE) Luxembourg for Shopping, a soutenu les commerçants locaux ainsi que les personnes vulnérables sous différentes formes pendant la pandémie du Covid-19. En date du 19 mars 2020, la plateforme de vente en ligne corona.letzshop.lu, dédiée aux personnes vulnérables, avait été lancée. Cette plateforme soutenait les personnes qui n'étaient pas en mesure de faire leurs achats elles-mêmes, en profitant de l'infrastructure existante letzshop.lu. La nouvelle plateforme proposait ainsi un service de livraison à domicile, incluant plus de 40 produits de première nécessité.

Afin de soutenir les commerçants locaux, fortement touchés par la crise sanitaire, le ministre des Classes moyennes, Lex Delles, avait de plus décidé d'annuler la cotisation annuelle à hauteur de 500 euros pour les entreprises présentes sur Letzshop.lu ainsi que pour celles qui souhaitaient rejoindre la plateforme de vente en ligne. La Direction générale des classes moyennes avait mis à disposition une enveloppe budgétaire globale afin de financer la suppression de la cotisation pour l'année 2020. Il avait en outre été décidé de maintenir un coût de livraison maximal à hauteur de 2,99 euros pour tout envoi national standard.

Il convient également de noter que Letzshop.lu a mis en place et géré le système informatique des bons d'hébergement de 50 euros.

14.5.2. « Observatoire national des PME GIE

Le GIE « Observatoire national des PME » a été créé en novembre 2020 et est destiné à promouvoir le commerce et l'artisanat au Luxembourg ainsi qu'en dehors du Luxembourg. Il concourt à la mise en œuvre des politiques générales de promotion des petites et moyennes entreprises et facilitera la mise en œuvre de différentes mesures pour l'encadrement de la politique des PME.

Le GIE émane du Pakt Pro Commerce, comme il aura d'abord pour objet l'élaboration, la mise en place et la gestion d'une base de données et d'une plateforme permettant de cartographier l'offre commerciale existante sur le territoire national.

Ce « cadastre du commerce » est un outil permettant d'offrir une vision précise du paysage commercial au Luxembourg qui sera réalisé à l'échelle nationale. Cette base de données sera régulièrement mise à jour et permettra de dégager des tendances et d'accompagner de

manière intelligente le développement du commerce de détail à l'échelle d'une ville ou d'une région. Il est prévu que ce futur cadastre ne servira pas simplement à faire un constat de la situation existante, mais bien à dégager des tendances.

14.5.3. Entrepreneurial schools : La promotion de l'esprit d'entreprendre dès le plus jeune âge

Le programme « Entrepreneurial Schools », qui a pour objectif de promouvoir l'entrepreneuriat au niveau de l'enseignement secondaire, est encadré par l'asbl Jonk Entrepreneuren Luxembourg. Moyennant un accord de partenariat, la Direction générale des classes moyennes soutient ce projet de manière active, en tentant de favoriser le lien entre le monde de l'éducation et le monde économique. Le but étant de promouvoir l'esprit d'entrepreneuriat auprès des jeunes, de développer des compétences transversales et des « soft skills », permettant aux jeunes de relever des défis économiques et sociaux.

14.5.4. Les Industries créatives

Depuis sa création par le ministère de l'Économie et Luxinnovation, le « Creative Industries Cluster (CIC) » compte désormais plus de 582 membres, ce qui équivaut à une augmentation de plus de 10 % par rapport à 2019. Parmi ses membres on compte aussi bien des membres créatifs que des partenaires stratégiques, tels que des associations, des fédérations et des entreprises affiliées au secteur.

Le « Creative Industries Cluster (CIC) », dont un des objectifs principaux est la stimulation du développement de l'industrie créative au Luxembourg, avait prévu d'organiser un événement majeur en avril 2020 : le « Creativity day ». Malheureusement, cet événement a dû être reporté pour cause de pandémie et a été remplacé par la tenue de 3 webinars.

Par ailleurs, le « Circular by design challenge » a été mis en place. Ce challenge était l'occasion pour les créatifs de concourir pour une place dans un programme de coaching de 12 semaines et la possibilité pour développer leurs idées de produits avec l'un des partenaires industriels du Challenge. La remise des prix de ce challenge se fera dans le courant de l'année 2021.

14.5.5. Nyuko asbl : de l'idée au plan d'affaires

Les différents programmes d'accompagnement de Nyuko asbl continuent de bénéficier du soutien de la Direction générale des classes moyennes. Nyuko asbl permet à des futurs créateurs d'entreprise de développer à partir d'une idée un plan d'affaires et propose également de nombreux workshops pour les entrepreneurs potentiels et ceux qui se sont déjà lancés.

14.5.6. Touchpoints asbl : préparer les candidats migrants à la création de leur propre entreprise

Touchpoints asbl est une association qui crée des points de rencontre entre les populations locales et les populations immigrées sur le territoire du Grand-Duché de Luxembourg afin de favoriser le « vivre ensemble » et le « construire ensemble » sur le long terme. Avec le projet « Sleeves Up », Touchpoints asbl a mis en place un cycle de formations préparant les candidats à la création de leur propre entreprise dans les domaines du commerce et/ou de l'artisanat de proximité ou encore, le cas échéant, préparer les candidats à suivre des formations qualifiantes existantes et proposées par divers instituts de formation.

14.5.7. Microlux : réaliser un projet d'entreprise grâce à un microcrédit

Un autre exemple de soutien est celui donné à Microlux qui propose des microcrédits et un accompagnement individualisé pour des projets de création ou de développement de microentreprises ou d'entreprises sociales au Luxembourg.

14.5.8. Campagne de sensibilisation « Jonk Handwierk »

La Direction générale des classes moyennes, de concert avec l'asbl « Jonk Handwierk » avait décidé de mettre en place une campagne publicitaire dont l'objectif serait de promouvoir l'artisanat auprès des jeunes et de leurs parents. La campagne initialement prévue en 2020 a dû être reportée à cause de la pandémie du Covid19.

14.5.9. Projet « Drénkwaasser »

La Direction générales des classes moyennes voulait lancer une campagne de sensibilisation dans le secteur Horeca afin d'encourager un changement de mentalité, tant auprès des ménages que des clients, des restaurateurs et des cafetiers à avoir recours d'une manière plus conséquente à l'eau du robinet. A cet égard, plusieurs échanges ont eu lieu, tant avec les différents acteurs institutionnels concernés qu'avec des agences de communication. La mise en œuvre de cette campagne a également été impactée par la pandémie du Covid19 et il a été décidé de reporter la campagne.

14.6. Heures de fermeture des magasins de détail

La Direction des Classes moyennes octroi les autorisations pour les ouvertures dominicales et les ouvertures nocturnes, telles que prévu à l'article 7 de la loi modifiée du 19 juin 1995 réglant la fermeture des magasins de détail dans le commerce et l'artisanat.

Concernant les autorisations d'ouvertures dominicales et/ou d'ouverture nocturnes, le ministère a accordé les dérogations suivantes :

- 19 communes ou localités ont été autorisées à ouvrir leurs magasins certains dimanches de l'année ;
- 13 communes ont été autorisées à ouvrir leurs magasins tous les dimanches – ceci à l'exception des dimanches tombant dans la période de confinement stricte en mars-avril, respectivement pendant la période de fermeture des commerces non-essentiels à la fin de l'année, en raison de la lutte contre la pandémie.
- 3 dérogations ont été accordées pour l'ouverture de leurs magasins certains dimanches de l'année demandées sur base de demandes émanant de l'association des exploitants de magasins d'ameublement, de la confédération luxembourgeoise du commerce ou des distributeurs de voitures automobiles ;
- 13 agréments pour une ouverture événementielle pendant 24 h en continu (une fois par année) ont été délivrés.

14.7. Voyages à forfait et les prestations de voyage liées

En matière de voyage à forfait et de prestations de voyage liées, la loi du 25 avril 2018 a été votée le 17 avril 2018. En 2019, elle connaît donc sa seconde année de plein exercice (Loi du 25 avril 2018 portant modification du Code de la consommation en ce qui concerne les voyages à forfait et les prestations de voyages liées, et modifiant la loi modifiée du 2 septembre 2011 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales).

Dans ce cadre, le point de contact de la Direction générale des classes moyennes a pour mission de surveiller les organisateurs et professionnels de voyage à forfait et de prestations de voyage liées. A ce titre, le nombre d'organiseurs et de professionnels couverts par une garantie rapatriement et insolvabilité s'élevait au même nombre qu'en 2019 soit 79 personnes.

Les personnes assurant les garanties financières sont :

- MS AMLIN dont le siège de la maison mère se situe encore à Londres et possédant une succursale en Belgique à Bruxelles ;
- GFG – Fonds de garantie de voyage belge ayant son siège à Bruxelles ;
- Mutualité luxembourgeoise du Tourisme, Société coopérative de caution mutuelle ayant son siège au et à Luxembourg ;
- Bâloise assurances Luxembourg SA, ayant son siège à Bertrange au Luxembourg ;
- Banque et Caisse d'Epargne de l'Etat, Luxembourg, ayant son siège au et à Luxembourg.

La grande majorité de l'activité est régie par des structures de garantie belges. La Mutualité Luxembourgeoise du Tourisme joue néanmoins un rôle non négligeable.

Si l'année 2019 a connu la faillite retentissante du voyageur Thomas Cook sans aucun impact majeur au Luxembourg, l'épidémie de Covid-19 a impacté le secteur du voyage en 2020. Toutefois, il est difficile de connaître encore pour l'instant le réel impact de cette épidémie sur ce secteur dans la mesure où la garantie couvrant les organisateurs de voyage est souvent annuelle. Le début de l'année 2021 permettra de se faire une plus juste mesure de l'influence de l'épidémie sur la santé du secteur une fois connu le nombre d'organiseurs de voyage restés couverts par la garantie contre l'insolvabilité et pour le rapatriement.

14.8. Événements et campagnes

14.8.1. « Safe to serve »

Soutenue par la Direction générale des classes moyennes et la Direction générale du tourisme ainsi que par la Chambre de commerce, la campagne «SAFE TO SERVE» regroupe toute une série d'actions visant à préserver la sécurité sanitaire du personnel et des clients tout en respectant l'accueil et la convivialité. Cette charte de qualité



a été développée par l'Horesca. Les établissements qui adhèrent à cette campagne s'engagent à respecter les recommandations de la Fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Luxembourg. Ils garantissent ainsi une reprise des activités dans les meilleures conditions possibles. Les professionnels qui signent la charte d'adhésion permettant d'obtenir le label «SAFE TO SERVE» s'engagent à respecter au minimum ces 4 critères incontournables: l'enregistrement de l'établissement auprès du Commissariat du gouvernement à la qualité, à la fraude et à la sécurité alimentaire, le respect des bonnes pratiques d'hygiène et des principes du HACCP, le respect des consignes «COVID-19» du Gouvernement et la mise en place de toutes les démarches nécessaires garantissant au maximum possible la sécurité des clients, des hôtes et des employés (distanciation sociale, port du masque...).

14.8.2. «Smile again»



En date du 18 juin 2020, le ministre des Classes moyennes, Lex Delles, a présenté la campagne de sensibilisation «smile again» qui cible le grand public afin de le rendre attentif aux atouts du commerce local. Cette campagne a attiré l'attention en particulier sur les atouts économiques et sociaux du commerce, de l'Horeca et des entreprises artisanales locales.

La campagne a misé sur différentes actions de sensibilisation à travers le pays ainsi que sur une présence affirmée sur les réseaux sociaux. Afin d'encourager les résidents et les frontaliers à redécouvrir les commerçants, les restaurateurs et les artisans locaux, des affiches, des annonces, des spots radios, une homepage (www.smile-again.lu) ainsi qu'un compte sur l'application Instagram (#SmileAgainLu) ont été mis en place. Cette campagne a notamment mis en valeur la qualité de l'économie locale ainsi que son rôle social.

14.8.3. Home Expo

L'ouverture le 9 octobre 2020 de la grande foire traditionnelle du logement et de l'habitat « Home Expo » s'est adaptée au contexte particulier par une table ronde au sujet du logement et de la relance économique au Luxembourg au cours de laquelle ont discuté Lex Delles ministre, des Classes moyennes et ministre du Tourisme, Henri Kox, ministre du Logement, et Raymond Schadeck, Président du



Conseil d'administration de « Luxexpo The Box ». Le ministre des Classes moyennes, ministre du Tourisme, Lex Delles, a déclaré que: « le secteur de l'événementiel a démontré qu'il est capable de s'adapter rapidement aux exigences sanitaires et aux nouvelles attentes des organisateurs d'événements. L'organisation du salon Home-Expo témoigne de la créativité et de la force d'innovation du secteur, qui a notamment élaboré un guide sur lequel se base le label « Safe to meet », soutenue par la Direction générale du tourisme.» Lex Delles a de plus souligné que « les petites et moyennes entreprises (PME) sont à juste titre considérées comme l'épine dorsale de notre économie. Une Home-Expo sans PME est inimaginable, d'où leur importance capitale pour notre société et notre économie. Il est donc crucial de les soutenir en période de pandémie COVID-19».

14.9. International

14.9.1. Small Business Act

Le « Small Business Act for Europe » (SBA) encadre la politique européenne en faveur des PME depuis 2008. Afin d'assurer la mise en œuvre rapide et adéquate, des SME Envoys (délégués spéciaux pour les PME) ont été désignés dans chaque État membre en 2011, parmi lesquels des représentants du ministère de l'Économie. Les SME Envoys se réunissent régulièrement afin de partager leurs expériences et de se livrer à des échanges de bonnes pratiques dans la mise en œuvre du SBA et plus particulièrement en ce qui concerne les priorités dégagées lors du réexamen de ce texte.

Lors de ces réunions, ils ont l'occasion de confronter leurs points de vue et leurs expériences non seulement en interne, mais également avec les représentants des organisations européennes qui s'engagent pour l'entrepreneuriat et les PME. Au niveau national, ils travaillent en étroite collaboration avec les chambres et fédérations professionnelles, en particulier pour la mise en œuvre du SBA.

La stratégie envers les PME a été établie avant l'intervention de la pandémie de Covid-19.

A ce titre, la Direction générale des classes moyennes devait organiser un groupe de travail du réseau SME Envoy du 26 au 27 mars 2020 à Mondorf-les-Bains, en présence du Commissaire Thierry Breton. Ce groupe de travail n'a finalement pas eu lieu pour cause de pandémie Covid-19.

14.9.2. Le Programme pour la compétitivité des entreprises et les PME (COSME) 2014-2020

Le programme COSME (Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises) est en vigueur depuis le 1er janvier 2014 et dispose d'un budget de 2,3 milliards d'euros pour soutenir la compétitivité des entreprises pour la période 2014-2020.

Pour les PME, COSME vise à faciliter l'accès des PME aux financements, l'accès aux marchés de l'Union européenne, tout en soutenant l'esprit entrepreneurial et en accompagnant les entrepreneurs actuels et futurs. Finalement, COSME soutient les initiatives qui tendent à améliorer le cadre administratif et réglementaire pour les PME. Les négociations sur les financements pour la période 2020-2027 ont continué en 2020.

Le cadre pour la période 2021-2027 s'articulera autour des points suivants :

- Améliorer la compétitivité des entreprises ;
- Améliorer le fonctionnement du marché intérieur ;
- Etre un outil statistique de haute qualité.

14.9.3. L'étude Global Entrepreneurship Monitor

Le Luxembourg participe à l'étude annuelle GEM (Global Entrepreneurship Monitor) depuis 2014. Au niveau national, l'analyse est réalisée par le STATEC en collaboration avec l'Université du Luxembourg. Le ministère de l'Économie et la Chambre de Commerce ont apporté leur soutien financier. Le Luxembourg continuera de participer à l'étude, dont les résultats aideront le gouvernement à déterminer les actions à mener en matière de promotion de l'entrepreneuriat.

14.10. Commissions et comités

La Direction générale des classes moyennes est représentée dans de nombreuses commissions et comités, où sont traités des sujets ayant des influences directes ou indirectes sur l'environnement et la compétitivité de nos PME et de nos entreprises.

On peut notamment signaler la Commission consultative en matière d'aides à la formation professionnelle continue, la Commission de suivi multipartite relative à la gestion des déchets, le Comité interministériel à l'intégration ou encore le comité d'accompagnement du Helpdesk REACH-CLP.

14.11. Questions parlementaires

En 2020, la Direction générale des classes moyennes a été impliquée dans l'élaboration de réponses à 63 questions parlementaires (QP) :

- QP 1650 - TVA sur la vente de marchandises d'occasion
- QP 1689 - Greenlaning
- QP 1711 - Entreprises de l'économie du partage comme la plateforme Airbnb
- QP 1806 - Start-up
- QP 1833 - Projet « Entrepreneurial Schools
- QP 1858 - Société à responsabilité limitée simplifiée
- QP 1982 - Fonds d'investissement spécialisés (FIS)
- QP 2011 – Protection des salariés du commerce dans le contexte de la pandémie du coronavirus
- QP 2037- Production nationale de masques de protection
- QP 2039 - Soutien aux entreprises et indépendants impactés par le coronavirus
- QP 2044 - Soutien aux entreprises et indépendants impactés par le coronavirus
- QP 2070 - Réouverture des chantiers dans le contexte de la pandémie du coronavirus

- QP 2077 - Jugement allemand dans le cadre de la réouverture des commerces d'une superficie inférieure à 800 mètres carrés
- QP 2084 - Aide aux indépendants
- QP 2090 - Indemnité d'urgence pour les entreprises dans le cadre de la pandémie du coronavirus
- QP 2131 - Indemnités en faveur du secteur privé dans le contexte de la pandémie du coronavirus
- QP 2155 - Indemnité d'urgence pour les entreprises dans le cadre de la pandémie du coronavirus
- QP 2158 - Refus de l'indemnité d'urgence dans le cadre de la pandémie du coronavirus
- QP 2165 - Refus de l'indemnité d'urgence dans le cadre de la pandémie du coronavirus
- QP 2166 - Refus de l'indemnité d'urgence dans le cadre de la pandémie du coronavirus
- QP 2173 - Modalités de remboursement des voyages à forfait annulés en raison du Covid-19
- QP 2176 - Plateforme Letzshop
- QP 2177 - Soumissions publiques
- QP 2189 - Soutien aux entreprises impactés par le coronavirus
- QP 2205 - Assurances dans le cas de fermeture de l'entreprise
- QP 2217 - Réouverture des infrastructures de sport
- QP 2224 - Aides pour le secteur événementiel
- QP 2226 - Entreprises de livraison
- QP 2231 - Reprise dans le secteur du tourisme
- QP 2245 - Baisse de la TVA pour les entreprises du secteur Horesca
- QP 2237 - Reprise des activités dans le secteur Horesca
- QP 2252 - Situation du secteur Horesca dans le contexte de la pandémie du coronavirus
- QP 2258 - Aides financières pour fermes pédagogiques
- QP 2259 - Reprise des activités dans le secteur Horesca
- QP 2297 - Situation des marchands dans le cadre de la pandémie du coronavirus
- QP 2307 - Aides pour les petites entreprises dans le cadre de la pandémie du coronavirus
- QP 2331 - Taxe sur la valeur ajoutée
- QP 2517 - Extension des activités de LetzShop
- QP 2602 - Aides financières pour les centres de formation privés non conventionnés dans le cadre de la pandémie de la Covid-19
- QP 2610 - Développement du tourisme

- QP 2647 - Faillites dans le cadre de la pandémie du coronavirus
- QP 2754 - Introduction d'une aide aux entreprises pour couvrir les coûts fixes dans le cadre de la pandémie du Covid-19
- QP 2768 - Aides financières pour le secteur de l'événementiel
- QP 2898 - Aides aux petites entreprises pendant la crise sanitaire
- QP 2911 - Bons d'hébergement
- QP 2952 - Compétitivité digitale
- QP 2963 - Compétitivité digitale
- QP 3049 - Démarchage
- QP 3061 - Aides financières pour les entreprises impactées par la pandémie de la Covid-19
- QP 3059 - Plateforme Letzshop
- QP 3106 - Formations offertes par les Centres de compétences
- QP 3118 - Nouvelle auberge de jeunesse pour la « Nordstad »
- QP 3183 - Carrière des fonctionnaires ayant un brevet de maîtrise
- QP 3215 - Aides financières pour les entreprises impactées par la pandémie de la Covid-19
- QP 3216 - Bons d'hébergement
- QP 3224 - Mesures sanitaires dans les galeries marchandes
- QP 3238 - Utilisation privée de locaux commerciaux
- QP 3244 - Mises en faillite demandées par des administrations
- QP 3253 - Aides pour le secteur Horeca
- QP 3278 - Construction de logements
- QP 3363 - Fermeture du secteur Horeca
- QP 3368 - Incidence du couvre-feu sur le service de livraison de repas à domicile
- QP 3369 - Promotions pour des articles et des marchandises non essentielles

La Direction générale du tourisme a été impliquée dans l'élaboration de réponses à 21 questions parlementaires (QP) :

- QP 1760 - Musée agricole
- QP 1995 - Lac de la Haute-Sûre
- QP 2195 - Fonds de soutien pour le tourisme
- QP 2222 - Circuits auto-pédestres
- QP 2231 - Reprise dans le secteur du tourisme

- QP 2259 - Reprise des activités dans le secteur Horesca
- QP 2306 - Situation des gestionnaires de campings dans le contexte de la pandémie du coronavirus
- QP 2372 - Dédommagement pour les personnes vulnérables dans le secteur du tourisme
- QP 2395 - Fermeture de points d'observations
- QP 2396 – Activités de plein air sur les campings
- QP 2416 – Séjour dans une maison mobile ou un hôtel pendant la pandémie de la Covid-19
- QP 2469 – Bon d'hébergement de 50 euros
- QP 2539 – Impact de la classification en tant que « pays à risque » sur le tourisme
- QP 2573 – Séjour du Grand-Duc
- QP 2610 – Développement du tourisme
- QP 2645 – Réserves en eau potable
- QP 2911 – Bons d'hébergement
- QP 2959 – Achat d'un terrain situé dans une « zone hôtelière »
- QP 3061 – Aides financières pour les entreprises impactées par la pandémie de la Covid-19
- QP 3118 – Nouvelle auberge de jeunesse pour la « Nordstad »
- QP 3171 – Extension de la validité des bons d'hébergement

14.12. Lois et règlements grand-ducaux à l'initiative du ministre des Classes moyennes

14.12.1. Textes législatifs et réglementaires en relation avec la pandémie Covid-19

Pour la Direction générale des classes moyennes, l'année 2020 était dominée par la mise en place de mesures de soutien pour aider les entreprises et travailleurs indépendants à faire face aux conséquences économiques de la pandémie Covid-19.

Le point 1 reprend les aides qui ont été mises en place sur base du règlement (UE) n° 1407/2013 de la Commission du 18 décembre 2013 relatif à l'application des articles 107 et 108 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne aux aides de minimis, tandis que le point 2 reprend les aides basées sur *l'encadrement temporaire des mesures d'aide d'État visant à soutenir l'économie dans le contexte actuel de la flambée de COVID-19* du 19 mars 2020 et ayant fait l'objet d'une notification à la Commission européenne.

14.12.1.1. Aides de minimis

a) Aides en faveur des entreprises

Le règlement grand-ducal du 25 mars 2020 ayant pour objet la mise en place d'une indemnité d'urgence certifiée en faveur de certaines micro-entreprises dans le cadre de la pandémie Covid-19 (Journal officiel A187 du 25 mars 2020) a autorisé le Gouvernement à octroyer une indemnité unique de 5.000 euros aux micro-entreprises des secteurs du commerce et de l'artisanat qui ont été obligées de fermer ou de cesser leurs activités suite au règlement grand-ducal du 18 mars 2020 portant introduction d'une série de mesures dans le cadre de la lutte contre le Covid-19.

Le règlement grand-ducal du 24 avril 2020 ayant pour objet la mise en place d'une indemnité d'urgence certifiée complémentaire en faveur de certaines micro-entreprises dans le cadre de la pandémie Covid-19 et portant modification du règlement grand-ducal du 25 mars 2020 ayant pour objet la mise en place d'une indemnité d'urgence certifiée en faveur de certaines micro-entreprises dans le cadre de la pandémie Covid-19 (Journal officiel A329 du 24 avril 2020), a étendu le bénéfice de l'indemnité précitée aux micro-entreprises qui, sans avoir fait l'objet d'une mesure de fermeture ou de cessation d'activité, ont subi une perte de leur chiffre d'affaires d'au moins 50% entre le 15 avril 2020 et le 15 mai 2020. Ce même règlement a mis en place une indemnité complémentaire de 5.000 euros en faveur des micro-entreprises qui n'avaient pas été autorisées à reprendre leurs activités à la date du 24 avril 2020 ou qui, bien qu'étant autorisées à reprendre leurs activités à cette date, ont subi une perte du chiffre d'affaires d'au moins 50% entre le 15 avril 2020 et le 15 mai 2020.

Le règlement grand-ducal du 24 avril 2020 ayant pour objet la mise en place d'une indemnité d'urgence certifiée en faveur des entreprises occupant entre 10 et 20 personnes dans le cadre de la pandémie Covid-19 (Journal officiel A328 du 24 avril 2020) a autorisé le Gouvernement à octroyer une indemnité forfaitaire unique de 12.500 euros aux entreprises des secteurs du commerce et de l'artisanat occupant entre 10 et 20 personnes qui ont été obligées de fermer ou de cesser leurs activités suite au règlement grand-ducal du 18 mars 2020 portant introduction d'une série de mesures dans le cadre de la lutte contre le Covid-19 et n'ont pas été autorisées à reprendre leurs activités à la date du 24 avril 2020 ou qui ont subi une perte de leur chiffre d'affaires d'au moins 50% entre le 15 avril 2020 et le 15 mai 2020.

La loi du 19 décembre 2020 relative à une aide de compensation de l'augmentation du salaire social minimum dans le contexte de la pandémie de Covid-19 (Journal officiel A1037 du 21 décembre 2020) était destinée à apporter un soutien financier aux entreprises des secteurs de l'horeca, du tourisme, de l'évènementiel, du divertissement et du commerce de détail en magasin face à l'augmentation du salaire social minimum à partir du 1^{er} janvier 2021. Elle a créé une subvention en capital unique dont le montant s'élève à 500 euros par salarié à temps plein, rémunéré entre le salaire social minimum et le salaire social minimum qualifié, qui a été en activité au cours d'une période mensuelle se situant entre janvier et juin 2021.

b) Aides en faveur des travailleurs indépendants

Le règlement grand-ducal du 8 avril 2020 ayant pour objet la mise en place d'une indemnité d'urgence certifiée en faveur des travailleurs indépendants dans le cadre de la pandémie

Covid-19 (Journal officiel A261 du 8 avril 2020) a prévu le versement d'une subvention unique d'un montant forfaitaire de 2.500 euros en faveur de travailleurs indépendants qui rencontraient des difficultés financières en raison de la pandémie Covid-19, et dont le revenu professionnel ayant servi de base de calcul pour les cotisations sociales pour l'année 2019 augmenté, le cas échéant, des pensions versées par un organisme d'assurance ne dépasse pas le montant de deux fois et demi le salaire social minimum.

Le règlement grand-ducal du 6 mai 2020 ayant pour objet la mise en place d'une nouvelle indemnité d'urgence certifiée en faveur des travailleurs indépendants dans le cadre de la pandémie Covid-19 (Journal officiel A364 du 6 mai 2020) a créé en faveur des travailleurs indépendants une nouvelle subvention unique dont le montant s'élève, en fonction de la tranche de revenu cotisable, à 3.000, 3.500 ou 4.000 euros.

Le 12 janvier 2021, le Ministre des Classes moyennes a déposé un projet de loi (document parlementaire n°7745) ayant pour objet de créer une nouvelle indemnité en faveur des travailleurs indépendants. La condition de seuil minimal de revenu professionnel cotisable a été abaissée par rapport à l'indemnité précédente, les montants de l'indemnité étant restés inchangés.

14.12.1.2. Aides basées sur l'encadrement temporaire des mesures d'aide d'État visant à soutenir l'économie dans le contexte actuel de la flambée de COVID-19 de la Commission européenne

La loi du 3 avril 2020 relative à la mise en place d'un régime d'aides en faveur des entreprises en difficulté financière temporaire et modifiant la loi modifiée du 19 décembre 2014 relative 1) aux mesures sociales au bénéfice des artistes professionnels indépendants et des intermittents du spectacle 2) à la promotion de la création artistique (Journal officiel A230 du 3 avril 2020) a mis en place une aide, sous forme d'avance remboursable, en faveur des entreprises et des professions libérales touchées par l'impact économique de la pandémie Covid-19.

Le montant maximal de l'avance, initialement fixé à 500.000 euros, a été relevé à 800.000 euros et les délais pour l'introduction et l'octroi de l'aide ont été allongés par deux lois successives du 24 juillet 2020 et du 19 décembre 2020.

La loi du 24 juillet 2020 visant à mettre en place un fonds de relance et de solidarité et un régime d'aides en faveur de certaines entreprises et portant modification de : 1° la loi modifiée du 4 décembre 1967 concernant l'impôt sur le revenu ; 2° la loi modifiée du 20 décembre 2019 concernant le budget des recettes et des dépenses de l'État pour 2020; 3° la loi du 3 avril 2020 relative à la mise en place d'un régime d'aides en faveur des entreprises en difficulté financière temporaire et modifiant la loi modifiée du 19 décembre 2014 relative 1) aux mesures sociales au bénéfice des artistes professionnels indépendants et des intermittents du spectacle 2) à la promotion de la création artistique (Journal officiel A641 du 24 juillet 2020) a créé une aide, sous forme de subventions en capital mensuelles non remboursables, en faveur des entreprises des secteurs de l'horeca, du tourisme, de l'évènementiel et du divertissement qui, au cours des mois de juin à novembre 2020 ont subi une perte du chiffre d'affaires d'au moins 25% par rapport à la même période de l'année 2019 ou à la moyenne mensuelle de l'année 2019. Le montant de l'aide est calculé

sur base du nombre des salariés, y compris les salariés au chômage partiel, et des indépendants.

La loi du 24 juillet 2020 ayant pour objet la mise en place d'un régime d'aide temporaire en faveur du commerce de détail en magasin (Journal officiel A642 du 24 juillet 2020) a créé une aide financière destinée aux petites et moyennes entreprises du secteur du commerce de détail qui ont été obligées d'arrêter leurs activités en raison de l'interdiction de l'accueil de public imposée édictée dans le cadre de l'état de crise ou qui ont subi une perte du chiffre d'affaires d'au moins 50% entre le 15 mars 2020 et le 15 mai 2020 pour autant qu'elles n'aient pas perçu de subventions de chômage partiel pour le mois pour lequel l'aide est demandée et qu'elles n'aient pas procédé à des licenciements pour motifs économiques. Le montant de cette aide non remboursable s'élève à 1.000 euros par salarié pour le mois de juillet, 750 euros par salarié pour le mois d'août et 500 euros par salarié pour le mois de septembre.

La loi du 19 décembre 2020 ayant pour objet la mise en place d'une nouvelle aide de relance (Journal officiel A1035 du 21 décembre 2020) prévoit le versement de subventions en capital mensuelles aux entreprises des secteurs du tourisme, de l'Horeca, de l'évènementiel, du divertissement, du commerce de détail en magasin et aux gestionnaires d'organismes de formation professionnelle qui ont subi une perte du chiffre d'affaires mensuel d'au moins 25%. L'aide s'étend sur une période de quatre mois allant de décembre 2020 à avril 2021 et est calculée de la même manière que l'aide créée par la loi du 24 juillet 2020 ayant mis en place le fonds de relance et de solidarité.

La loi du 19 décembre 2020 ayant pour objet la mise en place d'une contribution temporaire de l'État aux coûts non couverts de certaines entreprises (Journal officiel A1036 du 21 décembre 2020) a mis en place une aide sous forme de contribution aux coûts destinée aux entreprises des secteurs du tourisme, de l'horeca, de l'évènementiel, de la culture, du divertissement et aux gestionnaires d'organismes de formation professionnelle continue. L'aide est allouée sous forme de subventions en capital mensuelles calculées sur base des coûts non couverts aux entreprises qui, au cours de tout ou d'une partie de la période se situant entre le 1er novembre 2020 et le 30 mars 2021, ont subi une perte du chiffre d'affaires mensuel d'au moins 40% par rapport au mois correspondant de l'année 2019. Une loi du 19 décembre 2020 a étendu le bénéfice de cette aide au secteur du commerce de détail en magasin et aux secteurs y assimilés et a autorisé la prise en compte de l'intégralité des charges d'exploitation pour les mois de novembre et décembre 2020 et le mois de janvier 2021.

14.12.2. Autre projet

Le 23 octobre 2020, le Conseil de Gouvernement a approuvé un projet de loi présenté par le ministre des Classes moyennes, déterminant la composition et le fonctionnement de la commission consultative prévue à l'article 16 de la loi du 9 août 2018 relative à un régime d'aides en faveur des petites et moyennes entreprises et modifiant le règlement grand-ducal modifié du 12 octobre 2018 déterminant la composition et le fonctionnement de la commission consultative chargée de l'examen des demandes d'aides.

Le projet de règlement grand-ducal a pour objet de créer une commission consultative spéciale « PME » qui examinera les demandes d'aides d'Etat introduites sur base de la loi du 9 août

2018 relative à un régime d'aides en faveur des petites et moyennes entreprises. La nouvelle commission reprendra une partie des tâches de la commission consultative créée par règlement grand-ducal du 12 octobre 2018 déterminant la composition et le fonctionnement de la commission consultative chargée de l'examen des demandes d'aides.

14.13. Communication et relations presse

La Direction générale des classes moyennes et la Direction générale du tourisme répondent quotidiennement à des demandes de journalistes, que ce soit par téléphone ou par courriel. Au cours de l'année 2020, les Directions générales ont organisé 21 conférences de presse. A cela s'ajoute la rédaction de 39 communiqués de presse. En 2020 le ministre des Classes moyennes, ministre du Tourisme, Lex Delles, a donné plus d'une vingtaine d'interviews à la presse nationale.

Dans la stratégie de communication de la Direction générale des classes moyennes et de la Direction générale du tourisme, les médias sociaux jouent un rôle de plus en plus important. Les Directions générales sont présentes sur Facebook, Twitter et Instagram à travers les comptes du ministère de l'Économie et du ministre des Classes moyennes, ministre du Tourisme, Lex Delles.

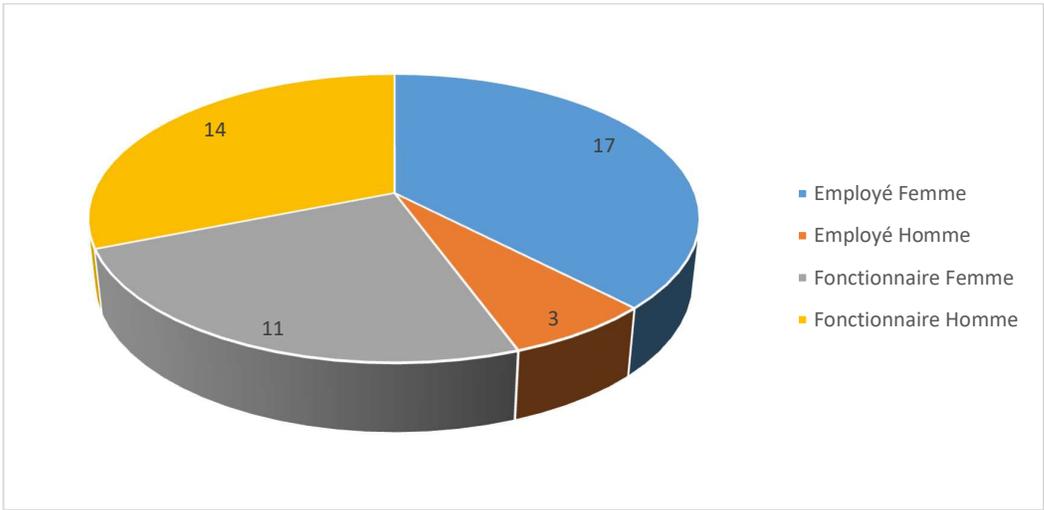
15. Ressources et compétences

15.1. Répartition des agents

Le cadre de la Direction générale des classes moyennes et de la Direction générale du tourisme comprend des fonctionnaires de l'Etat, des employés de l'Etat et des salariés de l'Etat. Il compte un effectif de 45 agents. Pour couvrir les différentes activités, il se compose de :

Répartition des agents par statut et sexe

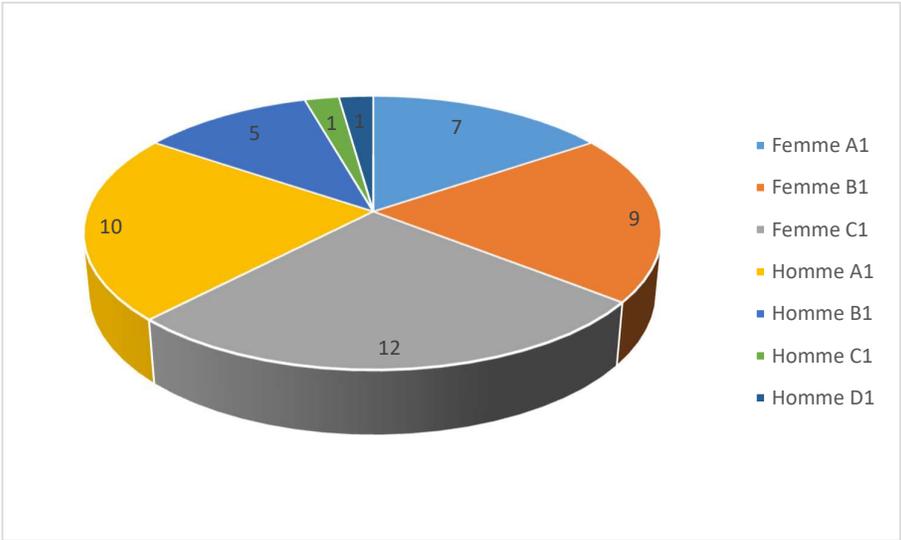
Employé(e)	20
Femme	17
Homme	3
Fonctionnaire	25
Femme	11
Homme	14
Grand Total	45



Source: CGPO

Répartition des agents par carrière et sexe

Femme	28
A1	7
B1	9
C1	12
Homme	17
A1	10
B1	5
C1	1
D1	1
Grand Total	45



Source: CGPO

Répartition par carrière et statut

A1	17
Fonctionnaire	16
Employé	1
B1	14
Fonctionnaire	7
Employé	7
C1	13
Fonctionnaire	11
Employé	2
D1	1
Grand Total	45

15.2. Recrutement

Même si l'année 2020 a été marquée par le Covid-19 dans tous les domaines, le ministère a recruté 5 agents pour les directions générales qui sont sous la responsabilité du ministre des Classes moyennes et du Tourisme. S'y ajoutent 6 agents qui sont venus renforcer la Direction générale ressources et compétences.

Il est à noter que les changements opérés par la Fonction publique dans le cadre des recrutements permet à un plus grand nombre de personnes d'accéder au statut de fonctionnaire. Ainsi 3 employés du ministère ont réussi le concours et sont actuellement en stage pour devenir fonctionnaire.

15.3. Télétravail

Le fait d'avoir participé au projet pilote concernant le télétravail, combiné au fait que le ministère dispose de son propre service informatique a permis d'affronter la pandémie sereinement, étant donné qu'un bon nombre d'agents faisaient déjà du télétravail. Il a aussi été possible d'équiper de nombreux agents supplémentaires avec des laptops afin de leur permettre de travailler de leur domicile.

Le ministère de l'Économie poursuit son évolution, accompagné par le ministère de la Fonction publique, par la mise en œuvre progressive d'outils tels que :

- Un référentiel des métiers et des compétences (sociales et techniques) associés, sur base de référentiel de la Fonction publique ;
- La définition et la mise à jour de description de postes en y associant les profils de compétences, base de discussion pour les entretiens individuels annuels mais aussi pour l'établissement des plans de travail annuels ;
- La mise en place progressive de plans de travail et de plans individuels de formations.

Ces outils permettent aux agents du ministère de l'Économie à mieux orienter leur carrière et à adapter leurs compétences aux besoins présents et futurs.

15.4. Formation continue

La formation continue permet d'adapter les compétences des agents à l'évolution des exigences liées à leurs tâches. L'avancement dans la carrière est conditionné par des efforts en matière de formation continue. Si la plupart des formations dispensées à l'INAP, n'ont pas pu avoir lieu, un bon nombre d'agents a participé à des cours de recyclage et de perfectionnement organisés par l'Institut National d'Administration Publique (INAP) par visioconférence

Les entretiens annuels, basés sur les descriptions de fonction, permettent de mettre en évidence les besoins de formation au sein du ministère de l'Économie. Sur base des écarts entre les compétences requises et disponibles, un plan de formation, qui prend en compte les besoins de chaque agent, a été élaboré. Le plan de formation a été mis en place en concertation avec l'INAP. Dans ce cadre, des formations sur mesure ont été proposées aux agents du ministère de l'Économie.

15.5. Centralisation, vérification et transmission des propositions budgétaires

La Direction générale ressources et compétences est chargée de la centralisation, de la vérification et de la transmission des propositions budgétaires aux autorités compétentes. A cette fin, elle entretient des relations régulières avec les départements des finances, du trésor et du budget, des travaux publics et de l'Etat (Centre de Communications du gouvernement, CTIE-Imprimés et Fournitures de bureau IFB). La DG RC a été chargée d'émettre les engagements du ministère de l'Économie et de contrôler les dépenses avant liquidation pour un volume total de crédits de l'ordre de 700 millions euros. Près de 30 000 ordonnances ont été saisies au courant de l'année 2020 et seulement 394 déplacements ont été imputés. La fonction d'autorité de certification des programmes FEDER est également assurée par la DG RC.

15.6. Gestion de matériel et tri des déchets

La Direction générale ressources et compétences acquiert et gère le matériel de bureau, les machines de bureau et les imprimés. Elle entretient le mobilier, le parc des machines de bureau et des installations techniques. Elle s'occupe des formalités et procédures afférentes avec le CTIE-Imprimés et Fournitures de bureau IFB, la Commission des Loyers, l'Administration des Bâtiments publics, le propriétaire de l'immeuble, les fournisseurs et les corps de métier.

Le ministère de l'Économie a continué en 2020 sur la voie du tri sélectif des déchets. Un concept de gestion et de prévention des déchets, tout en tenant compte de l'écologie et de l'économie, a été mis en place avec la SuperDrecksKëscht® fir Betriber et le label de qualité obtenu par le ministère de l'Économie.

15.7. Plateforme Ecoboard

Depuis le lancement en décembre 2017 de la plateforme Ecoboard qui sert de référentiel des projets du ministère de l'Économie, plus de 480 projets ont été renseignés jusque fin 2019. La possibilité d'ajouter des espaces séparés mais connectés pour les administrations du ministère de l'Économie a été développée et la mise en ligne pour l'ILNAS s'est faite début 2019. Ainsi les collaborateurs de l'ILNAS, à côté de renseigner leurs propres projets dans leur espace Ecoboard, peuvent voir quels projets sont menés au ministère et vice-versa. Courant 2019, le ministère de l'Économie a présenté Ecoboard à plusieurs autres ministères et administrations. Or, Ecoboard est un portefeuille de projets qui donne une image de l'état des projets à un moment donné. Pour répondre à la demande des collaborateurs d'avoir un outil collaboratif qui permet la gestion de projets au jour le jour dans les équipes, il a été décidé de développer un module de gestion de projets pour Ecoboard. Cette nouvelle fonctionnalité, développée par un prestataire externe, a été prise en charge par le CTIE et est en adéquation avec les recommandations de l'État en matière de gestion de projets, en se basant sur la méthodologie Quapital HERMES. En ligne depuis octobre 2019, 66 collaborateurs ont participé à une formation interne pour l'utilisation du module de gestion de projets d'Ecoboard et une quinzaine a assisté à un point d'information organisé sous forme d'un midi de l'actualité à ce sujet.

15.8. Site intranet

Le ministère de l'Économie a lancé le 20 mai 2019 son nouveau site intranet. Le ministère et la direction de la Santé ont mis à disposition le code source de leur intranet ainsi que toute la documentation qu'ils y ont publiée. Grâce à cette bonne base, il a été possible de construire rapidement un nouveau site intranet propre au ministère de l'Économie.

16. Organigramme

