

GRAND-DUCHE DE LUXEMBOURG

MINISTERE DES CLASSES MOYENNES, DU TOURISME ET DU LOGEMENT

Rapport d'activité 2004

Mars 2005

DEPARTEMENT DU TOURISME

Table des matières

I	SAISON TOURISTIQUE	1
II	SEPTIEME PROGRAMME QUINQUENNAL 2003 - 2007	
	1) Généralités	3
	2) Infrastructures touristiques à réaliser par les communes et les syndicats d'initiative	4
	3) Hôtellerie	10
	4) Gîtes ruraux, et mise en valeur touristique du patrimoine culturel: projets réalisés par des particuliers	11
	5) Camping	12
	6) Investisseurs privés	13
III	ECO-LABEL DANS LE DOMAINE DU TOURISME	14
IV	SENTIERS TOURISTIQUES ET PISTES CYCLABLES	
	1) Sentiers touristiques	16
	2) Pistes cyclables	17
V	CONCOURS "Schéin Dierfer a Stied"	23
VI	TOURISME DE CONGRES	25
VII	RELATIONS INTERNATIONALES ET COOPERATION TRANSFRONTALIERE	27
VIII	ACTIONS PROMOTIONNELLES DU MINISTERE DU TOURISME	
	1) Publicité par le biais des réseaux de distributions traditionnels	30
	2) Médias électroniques/informatiques	30
	3) Actions promotionnelles par le biais des représentations touristiques à l'étranger	31
IX	ANIMATION TOURISTIQUE	34
X	ACTIVITES PROMOTIONNELLES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME	35
	ANNEXE I Tableau statistiques/STATEC	45
	ANNEXE II Tableaux statistiques/Syndicat d'Initiative de la Ville de Luxembourg	47

I. SAISON TOURISTIQUE

Avant même de pouvoir disposer de chiffres définitifs, il est déjà évident qu'on se souviendra de 2004 comme d'un très bon millésime pour le tourisme mondial. Une première projection de l'Organisation Mondiale du Tourisme estime que le nombre d'arrivées de touristes internationaux est en passe de battre le record absolu. En effet, pour l'ensemble de l'année, son augmentation atteindra selon toute vraisemblance les 10%, soit un gain de 70 millions d'arrivées internationales.

Après trois années sombres avec une croissance annuelle inférieure à 1%, le tourisme international aura donc enregistré en 2004 un rebond convaincant. Il faut bien sûr tenir compte du fait que ce rebond est essentiellement une réaction au recul de l'an dernier qu'expliquaient les effets conjugués de la guerre contre l'Iraq, le SARS et le tassement de l'activité économique internationale.

Si ces trois dernières années ont donc témoigné à maintes occasions de l'élasticité extraordinaire du secteur touristique et de sa capacité de surmonter les mauvaises passes, il est indéniable que la nouvelle catastrophe survenue au Sud-Ouest asiatique porte un nouveau coup de massue à un secteur qui vient à peine de se rétablir de ses blessures antérieures.

En ce qui concerne la saison touristique 2004 au Grand-Duché, il faut rappeler d'abord qu'au cours des années 2001-2003, le Luxembourg avait mieux résisté que d'autres aux aléas de la conjoncture internationale défavorable, notre tourisme étant moins tributaire des problèmes et des risques liés au transport aérien. Le tourisme luxembourgeois se caractérise en effet depuis un certain nombre d'années par une stabilité à niveau relativement élevé. Les résultats de l'année 2004 s'inscrivent à la fois dans cette optique et dans la tendance générale constatée sur le plan international évoquée plus haut. Ainsi, l'hôtellerie affiche une hausse de 4,5% au niveau des arrivées et de 3,8% à celui des nuitées. A l'origine de cette embellie se trouvent les hausses de fréquentation des Britanniques et des Français, qui sont venus plus nombreux à raison de respectivement 13 et 9%, les Belges restant bien entendu avec 146 000 nuitées les meilleurs clients des hôtels luxembourgeois suivis par les Allemands et les Néerlandais avec resp. 89 000 et 86 000 nuitées. La ville de Luxembourg a totalisé quelque 620 000 nuitées, soit une progression de 1,8%. Ceci démontre que l'hôtellerie luxembourgeoise résiste plutôt bien à l'atonie des économies de ses principaux pays clients.

Signalons enfin que pour l'hôtellerie de plein air, la saison aura été moins bonne (recul se situant aux alentours de 8%) qu'en 2003 qui fut quand-même, rappelons-le, en terme de nuitées, la deuxième meilleure année depuis 1961.

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, « nous vivons une ère nouvelle, où les gens ont dû gérer leur insécurité. Ils se sont adaptés, mais ils veulent continuer à voyager et ils ont davantage de revenus pour le faire ». Le tourisme luxembourgeois, qui est en grande partie un tourisme de proximité et de courte durée, reflète et confirme ce diagnostic de l'OMT. Il explique en tout cas les bons résultats des dernières années et nous permettra d'envisager l'avenir touristique avec une certaine sérénité, si nous réussissons à nous adapter avec souplesse et imagination aux conditions changeantes du marché.

II. SEPTIEME PROGRAMME QUINQUENNAL 2003 - 2007

1) Généralités

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

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

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

Le 7^e programme quinquennal doté d'une enveloppe globale de 37,5 millions d'euros vient à terme fin 2007. Le tableau ci-dessous montre la répartition des montants déjà alloués jusqu'à fin 2004.

	2003	2004	TOTAL
S.I. et autres asbl	732.060	1.304.690	2.036.750
Communes	2.426.945	4.750.085	7.117.030
Hôtels	2.024.287	1.295.852	3.320.139
Camping	123.443	138.711	262.154
Gîtes ruraux	274.767	74.509	349.276
Investisseurs privés	265.856	0	265.856
Total :	5.847.358	7.563.847	13.351.205

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

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

Communes de

- Beaufort - réaménagement et embellissement du centre
- Beckerich - aménagement du moulin de Beckerich
- Berdorf - centre récréatif Martbusch : équipement sport-loisirs
- piscine intercommunale
- Clervaux - réaménagement du centre
- modernisation de la piscine
- Diekirch - mise en valeur du Musée National d'Histoire Militaire
- remise en valeur du centre de Diekirch
- mise en valeur et extension de la piscine couverte
- aménagement d'un Conservatoire National de la Voiture Historique
- Echternach - réaménagement et embellissement du centre
- aménagement du centre récréatif et de loisirs et construction d'une auberge de jeunesse et d'une piscine
- Ettelbrück - modernisation de l'auberge de jeunesse

Grevenmacher	<ul style="list-style-type: none"> - construction d'une auberge de jeunesse - aménagement d'un quai d'accostage
Heinerscheid	<ul style="list-style-type: none"> - réaménagement de l'ancienne ferme "Cornely"
Hosingen	<ul style="list-style-type: none"> - construction d'une piscine
Larochette	<ul style="list-style-type: none"> - aménagement du centre
Luxembourg	<ul style="list-style-type: none"> - modernisation de la patinoire à Kockelscheuer - modernisation de l'auberge de jeunesse
Mersch	<ul style="list-style-type: none"> - construction d'une nouvelle piscine
Mertert	<ul style="list-style-type: none"> - construction d'un musée pour bateaux - mise en valeur du centre de loisirs avec aquarium
Mondorf	<ul style="list-style-type: none"> - construction d'une piscine
Pétange	<ul style="list-style-type: none"> - mise en valeur touristique de l'infrastructure ferroviaire
Putscheid	<ul style="list-style-type: none"> - mise en valeur de la mine de cuivre à Stolzembourg
Remerschen	<ul style="list-style-type: none"> - divers aménagements dans la zone de récréation et de loisirs - mise en valeur des anciennes galeries de plâtres - aménagement d'un centre multi-médiatique
Remich	<ul style="list-style-type: none"> - réaménagement et mise en conformité du complexe sportif, piscine en plein air et patinoire - réaménagement de l'esplanade et du quai de la Moselle
Rosport	<ul style="list-style-type: none"> - aménagement du château Tudor
Rumelange	<ul style="list-style-type: none"> - extension et réaménagement du Musée des Mines
Troisvierges	<ul style="list-style-type: none"> - modernisation de la piscine en plein air
Vianden	<ul style="list-style-type: none"> - modernisation de l'auberge de jeunesse - mise en valeur des musées - aménagement du noyau historique
Wellenstein	<ul style="list-style-type: none"> - extension du port de plaisance à Schwebsingen - aménagement d'un quai d'accostage à Bech- Kleinmacher - aménagement du centre de loisirs et de récréation à Schwebsingen - mise en valeur des musées
Wiltz	<ul style="list-style-type: none"> - extension de l'auberge de jeunesse (Maison Gruber) - remise en valeur de la piscine
Wormeldange	<ul style="list-style-type: none"> - aménagement d'un parc de loisirs à Ehnen - aménagement de quais d'accostage
Diverses communes	<ul style="list-style-type: none"> - pistes cyclables et aménagements annexes
Diverses communes	<ul style="list-style-type: none"> - sentiers pédestres et aménagements annexes
Diverses communes	<ul style="list-style-type: none"> - embellissement touristique, aménagement d'infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des touristes et équipements de sports-loisirs

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

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

Tableau des montants alloués aux communes au cours de l'exercice 2004

Beaufort	réaménagement du centre	90.000,00
Berdorf	aménagement piste cyclable	39.988,79
	construction centre culturel	90.000,00
Boevange / Attert	éclairage de style	8.821,28
Boulaide	embellissement localité	9.550,00
Bourscheid	éclairage de style	3.244,07
Clemency	construction chalet scouts	14.660,18
Clervaux	modernisation camping	430.000,00
Dalheim	embellissement localité	6.606,66
Diekirch	construction nouveau pont	70.000,00
	réaménagement camping	90.000,00
	éclairage de style à Diekirch	12.485,85
Echternach	remise en état centre récréatif	46.642,64
Hosingen	éclairage de style	4.790,62
	Modernisation camping	99.957,00
Larochette	réaménagement du centre	31.888,00
Luxembourg	modernisation auberge de jeunesse	1.250.000,00
Neunhausen	remise en état pont flottant à Lultzhausen	49.564,49
Parc Naturel / H-Sûre	réalisation circuit thématique	2.623,63
Remich	réaménagement place publique	200.000,00

	aménagement piste cyclable	1.080.867,59
Rumelange	réaménagement Musée des Mines	94.489,90
Schifflange	aménagement sentier thématique	14.461,51
Vianden	modernisations campings	600.000,00
Wellenstein	construction centre d'accueil	400.000,00
	Total :	4.750.085,21

Tableau synoptique demandes AC

a) répartition par projets :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. '03-07
Infrastructure communale	20	6 188 283,03	823 256,74	410 668,00
Infrastructure routière	39	12 923 042,55	1 949 694,75	283 311,50
Piste cyclable	22	13 053 534,47	5 369 661,29	1 375 656,41
Plantations	0	0,00	0,00	0,00
Sentier touristique	13	974 915,65	185 054,62	105 417,40
Eclairage de style	67	3 276 256,20	841 618,92	112 202,99
Patrimoine culturel	13	5 491 384,08	548 402,32	11 010,00
Accueil	4	1 043 764,16	254 157,48	299,26
Scouts/Chatets/Gîte	3	621 191,48	224 693,04	14 660,18
Camping	19	9 950 811,40	4 012 997,90	2 885 457,00
Centre récréatif/Parc/Sports	21	12 415 810,61	2 977 900,50	253 645,19
Navigation touristique	7	3 876 111,67	1 521 054,99	82 632,43
Enseignes décoratives	1	169 212,12	33 842,42	0,00
Musée	9	3 044 768,56	655 375,48	160 891,93
Auberge de jeunesse	8	20 428 266,65	7 146 377,23	1 356 177,71
Piscine	10	31 251 568,88	2 932 760,67	125 000,00
Total	256	124 708 921,51	29 476 848,35	7 177 030,00

b) répartition par région touristique :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. '03-07
Bon Pays	35	22 638 628,08	6 400 681,68	1 593 837,93
Ardennes	113	38 979 046,42	8 645 725,23	2 637 977,59
Müllerthal	44	16 931 268,26	5 881 155,23	476 895,10
Moselle	53	29 082 619,82	7 852 180,21	2 338 537,94
Sud	11	17 077 358,93	697 106,01	129 781,44
Total	256	124 708 921,51	29 476 848,35	7 177 030,00

Au total le Ministère du Tourisme compte actuellement 256 dossiers qui demandent un suivi. A noter que 184 dossiers ont été reportés du 6^{ème} au 7^{ème} programme quinquennal.

Les 256 projets totalisent un investissement éligible de 124.708.921,51 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison d'un montant de 29.476.848,35 €. Au total 7.177.030 € ont déjà été liquidés en faveur des différentes communes et syndicats de communes pour les projets réalisés ou en cours de réalisation.

Par rapport à l'année 2003, 23 nouveaux projets présentés par les communes et les syndicats de communes ont été retenus par le Ministère du Tourisme en 2004.

Tableau des montants alloués aux syndicats d'initiative; ententes de syndicats d'initiative et autres associations sans but lucratif au cours de l'exercice 2004

SI ou autre asbl	objet	subventions allouées (en €)
A.M.T.F.	infrastructure Train 1900	30.915,49
A.P.E.M.H.	parc merveilleux à Bettembourg	183.488,14
Actioun Lëtzebuergesch	Aménagement sentier culturel à Wiltz	27.750,00
Beaufort	rénovation patinoire	38.362,91
	modernisation piscine	16.013,34
Diekirch	aménagement aire de jeux	23.649,75
Echternach	aménagement nouvelle piscine en plein air	111.679,95
ESIMSO	acquisition matériel pour animation	3.036,00
Grevenmacher	modernisation bureau d'accueil	19.250,00
Mersch	réaménagements camping	86.000,00
Troisvierges	réaménagements camping	3.250,00
Munshausen	réalisation domaine touristique	710.783,57
ONT	système d'information et de réservation	37.781,41
Wellenstein	rénovation maison de vacances	5.946,08
divers SI et asbl	acquisition équipement matériel informatique et audiovisuel modernisation bureau d'accueil	6.783,73
	Total :	1.304.690,37

Tableau synoptique demandes SI et autres asbl

a) répartition par projets :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 03-07
Gîte rural	5	307 358,73	151 801,76	15 301,08
Gîte d'étape	0	0,00	0,00	0,00
Chalet	1	16 777,93	2 500,00	2 500,00
Auberge de Jeunesse	0	0,00	0,00	0,00
Infrastructure	8	9 208 277,53	5 304 564,32	1 376 649,92
Musée	1	155 217,00	62 100,00	0,00
Aire de distraction	2	101 873,61	22 974,72	20 000,00
Informatique	6	221 474,27	213 242,33	45 173,74
Camping	9	3 167 613,64	1 433 958,69	163 584,11
Piscine	3	719 006,59	358 796,91	353 537,38
Patinoire	1	95 774,47	38 362,91	38 362,91
Illumination	0	0,00	0,00	0,00
Equipement	0	0,00	0,00	0,00
Loisirs	2	26 456,88	9 165,00	3 036,00
Bureau d'accueil	2	87 153,71	21 635,00	21 635,00
Promotion	0	0,00	0,00	0,00
Total	40	14 106 984,38	7 619 101,65	2 039 780,14

b) répartition par région touristique :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 03-07
Bon Pays	4	2 661 067,35	1 140 219,90	166 024,63
Ardennes	16	7 513 084,46	4 558 610,91	1 332 340,45
Müllerthal	11	1 483 150,41	716 104,82	413 084,65
Moselle	6	380 651,87	169 650,87	28 680,19
Sud	3	2 069 030,29	1 034 515,15	99 650,22
Total	40	14 106 984,38	7 619 101,65	2 039 780,14

Au total le Ministère du Tourisme compte actuellement 40 dossiers qui sont en cours de traitement.. A noter que 18 dossiers ont été reportés du 6^{ème} au 7^{ème} programme quinquennal.

Les 40 projets totalisent un investissement éligible de 14.106.984,38 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison d'un montant de 7.619.101,65 €. Au total 2.039.780,14 € ont déjà été liquidés en faveur des différents syndicats d'initiative, ententes de syndicats d'initiative et autres asbl pour les projets réalisés ou en cours de réalisation.

Par rapport à l'année 2003, 15 nouveaux projets présentés par les différents syndicats d'initiative, ententes de syndicats d'initiative et autres asbl ont été retenus par le Ministère du Tourisme en 2004.

3) Hôtellerie

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

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

Les taux de subvention ont été fixés comme suit:

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

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

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

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

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

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

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

- pour l'aménagement d'établissements d'hébergement dans le cadre d'immeubles existants à valeur culturelle

sans que le taux de subvention puisse dépasser 15% du montant total des investissements.

La première tranche du 7^e programme quinquennal (2.024.287,01 €) a été répartie entre 31 bénéficiaires.

La deuxième tranche du 7^e programme quinquennal (1.295.852,27 €) a été répartie entre 49 bénéficiaires.

565.662,89 € ont été investis dans la construction d'établissements d'hébergements nouveaux à Luxembourg (4 établissements) et à Esch/Alzette, Kleinbettingen, Bourscheid et Roder, tandis que 647.559,87 € ont été affectés à des travaux de modernisation, de rationalisation et d'extension d'établissements existants.

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

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

Dans le cadre du septième programme quinquennal (2003-2007), un taux de subvention de quinze pour cent du coût total des investissements peut être alloué à un investisseur privé pour l'aménagement d'un gîte rural ou d'un gîte à la ferme, la modernisation ou l'extension d'un gîte rural ou d'un gîte à la ferme existants, la construction, la modernisation ou l'extension d'une auberge de jeunesse ainsi que la mise en valeur touristique du patrimoine culturel.

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

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

5) Camping

En 2004, 107 terrains de campings ont été recensés, avec une capacité de 13 070 emplacements. La répartition des camps dans les différentes catégories est résumée dans le tableau ci-dessous.

En première catégorie, nous comptons actuellement 85 campings avec une capacité de 12.133 emplacements, en deuxième catégorie, 12 campings avec une capacité de 626 emplacements, et en troisième catégorie, 10 campings avec une capacité de 311 emplacements.

Capacité camping en 2004

	<i>terrains de camping nombre</i>	<i>%</i>	<i>emplace- ments nombre</i>	<i>%</i>	<i>nombre moyen d'emplacements</i>
Catégorie I	85	79,44	12.133	92,83	142,74
Catégorie II	12	11,21	626	4,79	52,17
Catégorie III	10	9,35	311	2,38	31,10
Total	107	100,0	13.070	100,0	

Nombre total de campeurs pouvant être hébergés par nuitée : 39.210

Catégorie I : 36.399

Catégorie II : 1.878

Catégorie III : 933

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

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

Le 7^e programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique prévoit que les propriétaires de camping doivent réserver au moins 75% du nombre total des emplacements au tourisme de passage afin de pouvoir bénéficier des aides financières prévues par la loi. Pour les campings, dont le taux des

emplacements réservés au tourisme de passage se situe entre 75% et 50%, le montant retenu pour le calcul des subventions sera proportionnel à ce taux.

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

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

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

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

- 20% pour travaux d'intégration du camping dans l'environnement naturel, pour la construction d'une station d'épuration biologique ou pour le raccordement du camping à une station d'épuration;
- 15% pour travaux de modernisation ou d'extension de l'équipement sanitaire et pour la création, l'extension ou l'amélioration d'équipements de loisirs;
- 10% pour tous autres travaux de modernisation et de rationalisation.

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

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

6) Investisseurs privés

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

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

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

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

III. ECO-LABEL DANS LE DOMAINE DU TOURISME

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ainsi, en 2004, 7 établissements classés ont dû se soumettre au contrôle et 6 ont obtenu le renouvellement de leur label.

En même temps, 1 nouveau candidat s'est présenté et a obtenu le label.

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

Campings :	8
Gîtes ruraux :	6
Hôtels :	8

IV. SENTIERS TOURISTIQUES ET PISTES CYCLABLES

1) Sentiers touristiques

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

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

Vu que l'asbl a travaillé à l'entière satisfaction du Ministère du Tourisme, le contrat a été renouvelé pour l'an 2004.

Durant cette année l'équipe composée de 3 personnes a pu terminer la révision des 171 sentiers auto-pédestres. A partir du printemps 2004 cette même équipe a entamé les travaux de balisage des sentiers nationaux. Les travaux devraient se prolonger tout au long de l'année 2004.

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

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

C'est dans cette optique que le Ministère du Tourisme avait déjà réalisé d'importants travaux préparatoires en 2000 afin de mettre sur pied un concept garantissant l'entretien des sentiers touristiques. Ceci signifiait en pratique, qu'à partir du printemps 2001 une deuxième équipe de chômeurs, encadrée par un chef d'équipe, a pu être mise à disposition des syndicats d'initiative qui désirent bénéficier d'une telle aide.

Celle-ci a surtout fait ses preuves dans l'entretien constructif des sentiers touristiques comme p.ex. la réhabilitation d'escaliers, de gardes corps et de passerelles. Le travail de cette équipe ne s'est donc pas limité aux travaux de fauchage et de nettoyage. D'importants travaux ont été réalisés à Berdorf, Boulaide, Consdorf, Reimberg, Stolzembourg et Troisvierges.

Sur initiative du Ministère du Tourisme, plusieurs syndicats resp. communes ont restructuré leurs réseaux de sentiers touristiques, dans l'optique d'une réduction du nombre de sentiers ou bien d'un regroupement des différents sentiers locaux.

Dans le cadre de ces travaux de restructuration l'équipe de chômeurs qui est à la disposition du Ministère du Tourisme a pris en charge les travaux de balisage des sentiers locaux de plusieurs syndicats d'initiative ou communes dont Berdorf, Reisdorf et Wincrange. De nouveaux sentiers seront aménagés à Grosbous et Nommern.

2) Pistes cyclables

Depuis la fin des années 70, le Ministère du Tourisme, en étroite collaboration avec d'autres Ministères et Administrations, a consenti des efforts considérables afin de doter le pays d'un réseau de pistes cyclables reliant les principaux centres touristiques et offrant la possibilité aux touristes et à la population autochtone de découvrir le pays à bicyclette.

Actuellement le Grand-Duché dispose d'un réseau de pistes cyclables de quelque 550 km qui ont été réalisées en grande partie grâce à l'initiative spontanée des autorités nationales et locales. Ces initiatives, pour louables qu'elles étaient, risquaient cependant de rester, à défaut d'un plan national, des actions isolées, territorialement limitées et partant disparates.

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

Afin de mieux faire connaître nos pistes cyclables à un plus large public, une publicité tant sur les marchés de proximité que sur les marchés lointains s'avère indispensable. Parallèlement la publication de brochures et de cartes typographiques constitue un moyen de marketing à la fois utile et nécessaire.

C'est dans ce contexte que le Ministère du Tourisme a participé à la réalisation d'un guide touristique pour cyclistes.

Le nouveau guide "VeloTour Luxembourg – Les plus beaux circuits-découvertes sur pistes cyclables" a connu dès sa parution en 2001 un grand succès. Le guide a été réédité en 2003.

Durant l'année en cours le Ministère de Tourisme a réalisé ensemble avec la Maison de l'Eau à Rédange, l'Oekofonds et l'LVI, les premiers panneaux d'orientation et d'information touristique qui ont été placés le long des pistes cyclables dans la vallée de l'Attert à savoir la PC 12 et la PC 17.

Ces panneaux ont comme but :

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

Cette action a connu un tel succès que des panneaux supplémentaires ont aussi été placés le long de la PC 15 à Colmar-Berg et Cruchten.

Notre département entend poursuivre ce projet dans le cadre de l'exercice budgétaire 2005.

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

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

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

Le projet pour la création d'un circuit cyclable dans la région Saar Lor Lux Rhénanie Palatinat reliant les villes de Luxembourg, Trèves, Sarrebruck et Metz est par contre déjà plus avancé et pourrait se réaliser à court ou moyen terme. Un premier dépliant montrant le projet a été préparé fin 2003 et présenté à l'ITB en 2004. La réalisation d'un guide touristique reprenant une partie de cette route est prévue dans le cadre de l'exercice budgétaire 2005.

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

Un des buts de l'association est le développement de voiries pour le trafic non motorisé à travers toute l'Europe.

Dans cet ordre d'idées, la mise en place d'un réseau européen de voies vertes, respectivement de pistes cyclables, telle qu'elle a été discutée et projetée dans le cadre du projet « REVER », apporte sans doute des avantages pour chacun des partenaires.

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

- *PC 1 Piste cyclable du Centre*

Ville de Luxembourg : réseau périphérique

Travaux achevés

- *PC 2 Piste cyclable d'Echternach*

Luxembourg-Ville – Echternach

Travaux achevés

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

- *PC 3 Piste cyclable des Trois Rivières*

Vianden – Echternach – Wasserbillig – Schengen

Travaux achevés

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

Le tronçon Moersdorf-Wasserbillig est en cours de réalisation. Reste à terminer un dernier tronçon de +/- 600 m allant du pont Langsur à l'entrée de Wasserbillig.

La liaison Wasserbillig – Mertert est encore à l'étude.

La piste empruntée entre Mertert et Remich est la N10 où une bande marquée visiblement est réservée aux cyclistes. Des travaux de réaménagement sont actuellement exécutés entre Remich et Stadtbredimus et Grevenmacher et Mertert.

La partie Remich – Schengen a été construite dans le cadre du projet de la N10.

- *PC 4 Piste cyclable de la Syre*

Junglinster – Mertert

Piste cyclable à l'étude

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

Junglinster – Dillingen

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

Le reste du tracé est à l'étude.

- *PC 6* *Piste cyclable des 3 Cantons*

Pétange – Schiffange – Bettembourg – Mondorf/Bains – Remerschen

Quelques tronçons ont déjà été réalisés entre Pétange et Bettembourg.

Le reste du tracé est à l'étude resp. en construction

- *PC 7* *Piste cyclable « Jangeli »*

Remich – Mondorf/Bains

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

- *PC 8* *Piste cyclable de la Terre Rouge*

Pétange – Esch/Alzette – Dudelange – Bettembourg

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

- *PC 9* *Radiale de l'Ouest*

Sanem – Leudelage – Reckange

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

- *PC 10* *Jonction de Leudelage*

Liaison entre Leudelage / Bettembourg et la PC6

Piste cyclable en phase de réalisation

- *PC 11* *Jonction de Hespérange*

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

Piste cyclable à l'étude

- *PC 12* *Piste cyclable de l'Attert*

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

Travaux achevés.

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

A noter que le cycliste doit emprunter actuellement une route secondaire jusqu'à Ettelbruck. Le projet d'une liaison directe entre Colmar-Berg et Ettelbruck est à l'étude. La réalisation d'une première partie de ce tronçon pourrait se concrétiser en 2004.

- *PC 13 Jonction de Strassen*

Réseau périphérique Ville de Luxembourg – Mamer – Garnich – Steinfort

Travaux achevés

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

- *PC 14 Piste cyclable Eisch – Mamer*

Mamer – Kehlen – Mersch

Piste cyclable à l'étude

- *PC 15 Piste cyclable de l'Alzette*

Luxembourg – Mersch – Ettelbruck

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

Liaison Helmdange – Lorentzweiler : travaux achevés en 2003.

Entre Lorentzweiler et Lintgen le cycliste doit emprunter une route secondaire

Tronçon Essingen – Colmar-Berg : travaux achevés.

Le tronçon Pettingen – Mersch sera réalisé dans le cadre de l'exercice budgétaire 2005.

Après l'achèvement de ces travaux il existera donc une liaison directe entre la PC du Centre et la PC de la Sûre Moyenne

- *PC 16 Piste cyclable de la Moyenne Sûre*

Kautenbach – Ettelbruck – Diekirch – Reisdorf

Tronçon Ettelbruck – Reisdorf : travaux achevés.

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

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

Liaison Niederfeulen-Welscheid : travaux achevés

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

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

- *PC 17 Piste cyclable de l'Ouest*

Noerdange – Rambrouch – Bavigne – Winseler

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

Le reste du tracé est à l'étude.

- *PC 18 embranchement de Perlé*

Rambrouch – Rombach/Martelange

Reste à réaliser la liaison Ardoisières – Rombach/Martelange

- *PC 19 embranchement du Lac*

Bavigne – Lac de la Haute Sûre

Piste cyclable à l'étude.

- *PC 20 Piste cyclable de la Wiltz*

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

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

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

- *PC 21 Piste cyclable du Nord*

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

Tronçon Kautenbach – Wilwerwiltz : travaux achevés.

Le reste du tracé est à l'étude.

- *PC 22 Piste cyclable de l'Oesling*

Wilwerwiltz – Hosingen – Putscheid – Vianden

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

Le reste du tracé est encore à l'état de projet. La liaison Bettel-Fouhren devrait toutefois se concrétiser sous peu.

- *PC 23 Jonction de Tandel*

Liaison entre PC 16 et PC 22

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

V. CONCOURS SCHEIN DIERFER A STIED

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

Le pays est subdivisé en trois régions, à savoir:

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

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

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

En 2004, tout comme les années précédentes, les nouveaux aménagements et/ou les nouvelles plantations ont été plus particulièrement pris en considération, à côté des critères d'appréciation généraux (présentation générale, entrées de la localité, etc.)

Le concours de l'année 2004 a été organisé dans la région Centre/Ouest/Sud (cantons de Rédange, Mersch, Capellen, Esch/Alzette). 32 localités y ont participé. Sur proposition du jury institué par le Ministère du Tourisme, 9 prix ont été attribués dans les catégories 2, 3 et 4 ainsi qu'un prix spécial pour le meilleur nouvel aménagement. Des prix spéciaux ont été décernés par la Ligue du Coin de Terre et du Foyer ainsi que par Natura et la Fédération Horticole Professionnelle Luxembourgeoise.

Liste des lauréats:

Catégorie 2 :

- 2e prix : Clemency (AC Clemency)
- 2e prix: Saeul (AC Saeul)

Catégorie 3 :

- 1er prix : Beringen (SI Mersch)
- 2e prix : Colmar-Berg (SI Colmar-Berg)
- 3e prix: Larochette (AC Larochette)

Catégorie 4 : 1er prix: Mamer (SI Mamer)
 2^e prix : Mersch (AC Mersch)
 3e prix : Kayl (SI Kayl-Tétange)
 3^e prix : Rumelange (AC Rumelange)

Prix spécial nouvel aménagement : Mamer (AC Mamer)

Prix décerné par Natura : Mamer

Prix décerné par la Fédération Horticole : Mamer

Prix décerné par la Ligue du Coin de Terre et du Foyer : Clemency et Larochette

VI. TOURISME DE CONGRES

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

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

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

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

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

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

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

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

En 2004, Luxembourg Congrès a participé aux salons professionnels suivants :

CONFEX à Londres

Ce salon est principalement visité par des décideurs et organisateurs de congrès et d'événements de la Grande-Bretagne ("corporate business"). En 2004, 1'200 exposants ont participé au salon. Au total 7'700 visiteurs ont pu être comptés sur 3 jours.

EMIF "European Meeting Industry Fair" à Bruxelles

Il s'agissait d'un nouveau salon international. Il est principalement visité par des organisateurs, sociétés et agences de Belgique ainsi que des pays limitrophes. En 2004, 500 exposants ont participé au salon. Au total 5'500 visiteurs ont pu être comptés sur 2 jours.

IMEX à Francfort

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

La clientèle cible étant principalement des professionnels internationaux. En 2004, 2'500 exposants ont participé au salon. Au total 12'000 visiteurs ont pu être comptés sur 3 jours.

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

Au niveau de la gestion du Centre, comme les salles au Centre de Conférences sont fermées depuis le 1^{er} janvier 2004 pour cause de rénovation et de transformation, la Société a pu enregistrer environ 4'000 nuitées à Luxembourg.

Pendant les 42 manifestations (65 en 2003) organisées au Centre de Conférences et à l'Hémicycle quelques 14'000 (15'000 en 2003) personnes ont été comptées. La durée moyenne par manifestation était de 1.6 jours.

VII. RELATIONS INTERNATIONALES ET COOPERATION TRANSFRONTALIERE

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

Les activités du groupe de travail « Tourisme » fonctionnant dans le cadre de la **Commission Régionale Sarre-Lor-Lux-Trèves-Palatinat Occidentale** ont continué à être axées sur la mise en œuvre pratique du projet « La Moselle, Vallée Européenne », notamment de trois des produits à réaliser prioritairement : « VéloTourMoselle », « Chemin Mosellan de Grande Randonnée » et « Route des Romains ». En effet, un contrat d'ouvrage a été signé en 2002 entre l'E.T.I. et les pays - membres du groupe de travail « Tourisme » de la Commission Régionale avec comme objectif de définir un plan de signalisation homogène et cohérent dans la « Vallée Européenne de la Moselle » pour les trois produits susmentionnés. L'Institut Européen de Tourisme à l'Université de Trèves (E.T.I.) assure la gestion et la coordination du projet dans son ensemble. En 2003, les conclusions en vue d'une harmonisation du balisage des trois produits touristiques ont été présentées.

Hormis le thème « Vallée Européenne de la Moselle », le groupe de travail « tourisme », dans la continuité des conclusions du 5^{ème} Sommet de la Grande Région, a acté un rapprochement avec le groupe de travail « culture » sur les cinq thématiques très concrètes. Ainsi, des collaborations et des réunions de travail ont eu lieu sur les thèmes suivants :

- tourisme industriel,
- tourisme de mémoire,
- route des Cisterciens,
- passeport pour musées de la Grande Région,
- mise en place d'une base de données d'information touristiques et culturelles.

Par ailleurs, la Commission Régionale a analysé les conclusions d'une étude relative au marketing touristique dans la Grande Région. Cette étude fût élaborée par l'ETI sur initiative du Conseil économique

et social de la Grande Région. L'une des conclusions principales est celle de l'instauration d'une cellule de coordination touristique au niveau de la Grande Région.

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

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

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

Sur le plan de l'Union Européenne, l'année 2004 a été marquée par la Communication de la Commission, parue en novembre 2003, appelée «Orientations de base pour la durabilité du tourisme européen ». Ces orientations revêtent une importance particulière, puisqu'elles doivent constituer la base et le cadre de toute action à mener par la Commission en matière de tourisme dans les années à venir. Le principal instrument de mise en œuvre de cette politique d'Agenda 21 sera désormais le Groupe pour le Tourisme Durable, qui réunira un nombre restreint de représentants des Etats membres, de l'industrie touristique, de la société civile, des destinations touristiques ainsi que des membres associés représentant les autres institutions et organisations européennes et internationales.

Ce groupe sera chargé de rédiger un cadre d'action détaillé qui devra attribuer des activités spécifiques aux différents acteurs et comprendre un calendrier de mise en œuvre décidé d'un commun accord. La Commission est disposée à promouvoir et à soutenir la mise en œuvre des activités définies par le groupe.

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

Conformément au plan d'actions communautaires en faveur du tourisme, les Etats membres avaient reconnu la nécessité d'élaborer une directive sur l'offre et la demande de base en matière de tourisme afin de permettre un accès rapide et aisé à une information fiable et comparable sur le tourisme. Cette étude,

appelée « Tourismusvolumen und Reiseverhalten der Wohnbevölkerung des Grossherzogtums Luxemburg », publiée par le STATEC et cofinancée jusqu'en 1997 par la DG XXIII a été financièrement prise en charge par le Ministère du Tourisme à partir de 1998.

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

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

- catégorie 5 étoiles : 4
- catégorie 4 étoiles : 52
- catégorie 3 étoiles : 80
- catégorie 2 étoiles : 28
- catégorie 1 étoile : 9

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

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

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

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

Depuis 2002, l'ETI s'est adjoint un quatrième partenaire avec la Sarre, lui permettant d'évoluer à l'avenir sur une base élargie, susceptible d'ouvrir de nouvelles perspectives de marché dans un domaine particulièrement convoité.

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

VIII. ACTIONS PROMOTIONNELLES DU MINISTERE DU TOURISME

1) Publicité par le biais des réseaux de distributions traditionnels

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

- la réalisation d'un nouveau spot publicitaire, diffusé dans le cadre du SEAT OPEN sur NBC ;
- la réalisation d'un tiré à part « Grand-Duché de Luxembourg » dans le magazine Geo-Saison
- la réalisation d'une campagne publicitaire sur la chaîne touristique « Liberty TV » ;
- le sponsoring du ADAC « Touristik und Heimatwettbewerb 2004 »,
- la réalisation d'une carte routière et touristique pour motocyclistes,
- l'organisation d'une semaine gastro - touristique dans les halles de la Galerie Lafayette à Paris,
- et la création d'un prospectus d'appel promouvant le circuit « VéloRoute SaarLorLux ».

2) Médias électroniques/informatiques

Mise en œuvre du projet e-Luxembourg

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

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

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

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

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

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

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

a) Structure

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

- BERLIN Maison du Luxembourg du Luxembourg, Klingelhöferstrasse 7
Gérant : M. Claude KOHNEN

- BRUXELLES Maison du Luxembourg, avenue de Cortenbergh, 75
Gérant : M. Claude HALSDORF
Employées : Mme Annette DECLERCK-GASPART
 Mme Rolande MARGOT-BIREN

- COPENHAGUE Farimagsgade, 1
gérante : Mme Ellen PREGARDT-PAUR

- LA HAYE Représentation Touristique à l'Ambassade du Luxembourg, Nassaulaan, 8
Gérante : Mme Anne-Marie HILL-DRIESKENS

- MÖNCHENGLADBACH Bismarckstrasse, 23-27
Gérant : M. Gert KARTHEUSER

- LONDRES Regent Street, 122
Gérant : M. Serge MOES
Employée : Mme Dorothée DUNKEL

- NEW YORK Représentation Touristique à l'Ambassade du Luxembourg, Beekman Place, 17
Gérante : Mme Brigitte GOERGEN

- PARIS Boulevard des Capucines, 21
Gérante : Mme Christiane PAGES-WILHELM
Employée : Mme Rachel JOLY-EZARD

Tâches traditionnelles

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

b) Missions spécifiques

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

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

c) Participations aux foires et salons touristiques

En 2004, le Ministère du Tourisme, avec ses partenaires, a organisé et financé les foires et salons suivants :

LUXEMBOURG	- Vakanz (janvier)
UTRECHT	- Vakantiebeurs (janvier)
ANVERS	- Salon International des Vacances (fin janvier-début février)
LIEGE	- Salon Vert (février)
CHARLEROI	- Vacances Loisirs (février)
GENT	- Lentebeurs (février)
BERLIN	- Internationale Tourismusbörse (mars)
BRUXELLES	- Salon des Vacances (mars)
PARIS	- Salon Mondial du Tourisme (mars)
KÖLN	- Reisemarkt (novembre)

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

IX. ANIMATION TOURISTIQUE

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

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

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

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

Durant les mois d'été 2004, ils ont été secondés, tout comme par le passé, par une soixantaine d'étudiants. Ceux-ci ont bénéficié d'une préparation appropriée et ont assuré l'exécution des programmes d'animation établis par les coordinateurs.

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

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

X. LES ACTIVITES PROMOTIONNELLES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME EN L'AN 2004

L'année 2004 a permis de réaliser un saut supplémentaire en direction d'un tourisme de qualité.

D'une part, des efforts consentis furent couronnés de succès hautement reconnus au niveau international :

- Attribution du prix de la qualité par le magazine espagnol Viajes y Turismo
- Décernement du prix MITCOM de l'originalité pour la brochure « Luxembourg for Kids ». Cette distinction est décernée par l'association des tour-opérateurs français.
- Remise d'une Mention par le Conseil de l'Europe pour l'itinéraire des Parcs et Jardins

D'autre part, loin de se reposer sur ces lauriers, l'ONT a ardemment œuvré à la mise en place du Système National d'Information et de Réservation Touristique. Cette mise en œuvre n'aurait pu se faire sans le soutien permanent et engagé de la part du Ministère du Tourisme. Un autre projet non moins ambitieux fut celui de l'audit interne sur les publications de l'ONT. Réalisé sous la direction de l'Institut Européen de Trèves, qui en 1992 et 2001 avait déjà formulé des recommandations sur les types de brochures à créer, cet audit a donné l'occasion aux touristes, aux partenaires touristiques, aux représentations à l'étranger, aux membres et au personnel de l'ONT de s'exprimer dans l'anonymat sur les publications de l'Office.

Autre projet de taille fut l'installation d'un nouveau bureau d'accueil au hall central de la gare de Luxembourg. L'idée de partager le bureau Info-Point des CFL renforce la perception du tandem tourisme transport public

Les démarches en marketing touristique

Les objectifs marketing à long terme combinés aux recherches en marketing effectuées à base des enquêtes menées par l'Office, les rapports des représentations touristiques à l'étranger, les études internationales et les chiffres du STATEC ont soutenu les stratégies et actions promotionnelles de 2004 :

- Augmentation des arrivées et nuitées
- Etalement des touristes sur toute l'année et sur tout le territoire
- Développer l'excursionnisme (tourisme Grande Région et Luxembourg)

- Consolidation des marchés traditionnels
- Progression sur les nouveaux marchés
- Prospecter les clientèles sur les marchés tiers
- Développer une plus-value pour la destination
- Promouvoir l'Event-Marketing
- Promouvoir le tourisme de congrès, culturel, à la campagne, indigène

Le marketing interne

La Lettre Marketing a été transformée en Newsletter sur internet.

Les articles et communiqués ont permis d'informer le grand public luxembourgeois sur les sites, événements et attractions à découvrir, respectivement d'informer le secteur sur les actions de marketing touristique.

Journée nationale de l'Incoming

La XIe Journée Nationale de l'Incoming a eu comme thème la promotion du tourisme culturel et en particulier le patrimoine UNESCO et les itinéraires culturels européens.

Formations et stages

L'ONT a accueilli quelque 14 étudiants de différentes écoles de tourisme ou d'études universitaires. Trois ont présenté un mémoire de Master élaboré avec le soutien de l'ONT. Le guide de l'étudiant en tourisme a été réédité en reprenant les principales écoles de tourisme dans les 25 pays membres de l'UE plus la Suisse. Ce guide a été mis sur internet et interconnecté avec les sites des associations d'étudiants luxembourgeois.

90 membres du personnel d'accueil du secteur de l'hébergement ont suivi les cours de l'ONT « connaissances du Luxembourg touristique »

Le marketing externe

Les campagnes publicitaires

Après avoir identifié les stratégies et médias supposés atteindre les clientèles et marchés-cibles, l'ONT est responsable de définir le message publicitaire à communiquer, de faire réaliser le lay-out de la campagne, de décider des titres qui touchent le mieux la clientèle sélectionnée et de réserver les espaces publicitaires dans ces médias. Les analyses et enquêtes menées auprès des offrants et demandeurs, l'analyse des profils de la clientèle touchée par les supports publicitaires ainsi que les recommandations émises par les bureaux à l'étranger et les conseils d'agences en communication sont pris en compte dans l'élaboration des stratégies et dans l'exécution des campagnes.

La campagne en 2004 se composait principalement d'annonces parues dans la presse et sur internet (directes et collectives), ainsi que d'affichages (à Bruxelles, Luxembourg, Londres et Budapest) et des actions spécifiques, dont la réalisation de suppléments de magazines.

Des Campagnes directes ont été lancées en Belgique, Tchéquie, l'Allemagne, la France, le Luxembourg, les Pays-Bas. Ces promotions mettaient en valeur les randonnées pédestres et cyclistes. Grâce au soutien bienveillant du Ministère du Tourisme, le Luxembourg pouvait se promouvoir au moyen d'un supplément du prestigieux magazine Geo Saison et d'une carte routière pour motocyclistes édité par l'ADAC. Ensemble avec la représentation touristique à Bruxelles le Grand-Duché a pu se présenter sur le site Internet de la SNCB.

Comme le marché des excursions en autocar est en régression, l'ONT a renforcé sa présence dans les magazines de la presse professionnelle (Travel Magazine, Business Travel Magazine, Bus et Car, Fremdenverkehrswirtschaft, TTG Chez Republic).

Les « produits ONT », l'Agenda du Luxembourg, la LuxembourgCard et la Journée Mondiale du Tourisme ont fait l'objet de campagnes spécifiques au Grand-Duché et dans la Grande Région.

Les campagnes collectives ont été lancées en Belgique, l'Allemagne, le Danemark, la France, en Grande Bretagne, en Hongrie et aux Pays-Bas.

Ces campagnes ont été lancées ensemble avec nos partenaires, les Syndicats d'Initiative, les ententes touristiques et hôtelières, les associations professionnelles et culturelles, APTR, Camprilux, Luxair, et les différents festivals.

L'approche régionale de ces annonces, introduite en 2003, a trouvé à nouveau l'aval des lecteurs.

La promotion de la nature et des activités en plein air, les séjours à thèmes offerts par le secteur de l'hébergement se trouvaient à l'avant-plan de ces annonces. D'autres campagnes étaient axées sur les attractions culturelles, le patrimoine historique et architectural (traditionnel et contemporain), les séjours offerts dans le cadre des différents festivals de musique et de théâtre.

L'affiliation de Luxair comme membre effectif a permis de lancer de prestigieuses campagnes ensemble avec la compagnie nationale d'aviation à Londres, incluant tant la presse que la radio.

Soucieux de diversifier la clientèle, l'ONT a pu développer grâce à cette nouvelle collaboration sa présence en Hongrie où Luxair et l'ONT ont lancé une importante campagne d'affichage (grand format) entre le centre ville de Budapest et son aéroport.

Dans le cadre du développement des marchés lointains et de la collaboration avec la European Travel Commission, l'ONT a pu être présent sur le site Internet de l'ETC www.visiteurope.com. De même l'ONT a pu promouvoir le Grand-Duché dans le supplément « Visit Europe » édité par NY Times, Washington Post,

Chicago Tribune, LA Times, SF Chronicle. Par ailleurs, le Luxembourg a été représenté lors de l'action ETC « Europe Unlimited Media Exchange » à New York, conférence qui réunit quelques 125 journalistes et tour-opérateurs américains. Pour bien mener à terme toutes ces actions, l'ONT a toujours pu bénéficier d'un excellent soutien de la part de la représentation touristique de New York.

Les anciens compatriotes émigrés aux Etats-Unis constituent une cible importante pour le Luxembourg. Ainsi, l'ONT a renouvelé sa campagne dans les « Luxembourg News of America ».

L'ONT a pu s'associer, par l'édition d'un itinéraire spécifique sur la bataille des Ardennes, aux actions promotionnelles d'AMBA (association des musées de la bataille des Ardennes) qui touchaient les anciens vétérans de la Libération.

Relations publiques

Le service des relations publiques de l'ONT a su inviter des journalistes de dix marchés différents : des journalistes et rédacteurs allemands, tchèques, français, néerlandais, britanniques, danois, portugais, polonais et américains ont répondu favorablement à l'invitation de l'ONT. La sélection de ces responsables de médias se fait en étroite collaboration avec les représentations touristiques du Ministère du Tourisme. La grande variété de nationalités représentée témoigne du souci de l'ONT de diversifier les clientèles face à la stagnation des marchés traditionnels.

Plusieurs thèmes d'actualité ont permis d'attirer ces rédacteurs de la presse écrite et audiovisuelle :

60^e anniversaire de la Libération

Floralies de Trèves

125 ans Edward Steichen

Nouveautés: ouverture du centre de Rencontres culturelles Abbaye de Neumunster, l'arrangement Müllerthal vital, etc.

Les festivals, marchés aux noix, Noël, les Fêtes médiévales.

Grâce à ces actualités et à des programmes avenants réalisés ensemble avec les ententes touristiques et le secteur privé, l'ONT a pu accueillir quelque 110 journalistes différents.

Parmi ceux citons ceux qui ont rédigé des contributions pour les médias et émissions télévisées ou radiophoniques les plus en vue : Kein schöner Land, Geo Saison, WAZ, Welt am Sonntag, Berliner Zeitung, Deutschlandfunk, La Libre Belgique, Le Soir, de Standaard, La dernière Heure, Uit Magazine, BRF, Le Lion, Radio Nostalgie, Liberty TV, RTBF, Nederlands Dagblad, Boom Pers Nieuwsbladen, De Limburger, ANWB Kampioen, Fiets Actief, Reformatorisch Dagblad, Echo touristique, Agences de presse REA et Atouts Seniors, Radio Jerico, France 3, Moto Revue, Yonne Républicaine, Channel 4 BBC, TVP (PI), Publico (P), TV1 (Chk)Globe Trekker (USA), Washington Post, International Travel Guide (USA), etc

L'ONT a également bénéficié d'excellents rapports avec les médias nationaux. Les produits de l'ONT et ses communiqués ont trouvé régulièrement un emplacement de choix dans ces médias. D'autre part, les responsables des relations publiques ont pu poursuivre leurs émissions radiophoniques sur RTL et 100,7, et rédiger des contributions pour leurs rubriques dans les revues de l'ACL, Gaard an Heem, Horesca.

Le même service a continué à assurer la mise à jour de guides touristiques édités par des maisons australiennes, anglaises, françaises et allemandes.

Dès printemps 2004, les Press News sont éditées sous forme de News-Letter électronique. Une édition imprimée reste à la disposition des journalistes qui tiennent à ce type de présentation.

Foires et Salons

Ici également, l'Office National du Tourisme a élargi sa présence sur de nouveaux marchés. En tout, l'Office a assuré une promotion sur pas moins de 15 marchés différents : Allemagne, Belgique, Chypres, Danemark, Estonie, France, Grande-Bretagne, Hongrie, Irlande, Italie Luxembourg, Pays-Bas, Pologne, Suède et Tchèque.

L'ONT a été ainsi présent à 14 salons et workshops professionnels et à 13 foires grand public.

Pour les foires grand public l'ONT a pu bénéficier du stand prestigieux du Ministère du Tourisme. Les salons professionnels ont été desservis grâce à un stand du même type, mais adaptés aux fonctions spécifiques de ces salons.

Les résultats ont été convaincants avec l'inscription de la destination dans 36 nouveaux catalogues, dont Travel Solutions (B), Omnibus Reisen (H), BTI (H), Lingua Tours (CZ), Maria tours (PL), Sator Travel (SLO) Grimm Touristik (D), TUI (D), Ueberland Reisen (D) TUI (NL), Viagens Abreu (P), Matterhorn Travel Service (USA), City Escapes (IRL), Solotour (F), Kuoni (NL), American Express (S).

D'autres contacts ont été relancés: Miki Travel, Gullivers Travel, China Travel Service, Caissa Touristique, Vrij Uit, Kras Stervanties, Jetair, Service Reisen, Travelsphere, Gallia Reizen.

L'ONT a également réussi à faire inscrire plusieurs offres dans les centrales de réservations hôtelières bookings.lu, transhotels.com, gratisreisen.com, et autres.

Dans le cadre d'une mission de promotion économique et touristique, Luxair et l'ONT ont présenté la destination à quelque 50 agences de voyages hongroises.

Le Luxembourg a pu être présent pendant un mois sur le site internet pour professionnels de la SNCB. C'est dans ce cadre, et grâce à l'appui de la représentation touristique de Bruxelles, que le Luxembourg a pu participer comme acteur au concours prestigieux de Phileas Awards.

Les voyages d'études pour les professionnels du tourisme ont permis d'accueillir au Grand-Duché 202 touroérateurs étrangers. Grâce à ces contacts, de nombreux contrats ont pu être signés.

Produits Commerciaux

La bonne collaboration avec tous les partenaires touristiques a permis de créer des offres forfaitaires thématiques et événementielles. Elles sont présentées dans le guide Hôtels, Restaurants et Arrangements, dans les campagnes publicitaires de l'ONT et sur son site internet.

Cinq arrangements forfaitaires collectifs nationaux ont pu être élaborés autour des différents festivals culturels, Noël, et diverses attractions de détente et de loisirs.

D'autre part, l'Office a pu promouvoir neuf arrangements forfaitaires élaborés par les ententes hôtelières, le LCTO et les ententes touristiques).

Dans le cadre de son site internet, l'ONT a proposé 12 concours offrant des séjours à l'hôtel. De cette façon, la banque d'adresses clients a pu s'accroître de 2.200 coordonnées.

La Journée Mondiale du Tourisme ayant porté sur le tourisme sportif a pu accueillir au cours des différentes manifestations organisées et dans le cadre des concours lancés dans la presse nationale et dans l'Agenda du Luxembourg, quelque 8660 personnes.

La LuxembourgCard 04 a pu offrir l'accès gratuit, respectivement une remise de 30 % sur les entrées à 60 sites du Grand-Duché et de la Grande Région. Comme par le passé elle offrait également le transport public gratuit au Grand-Duché.

Pour promouvoir ce produit de qualité, l'ONT avait lancé pendant deux mois une campagne publicitaire et d'affichage dans les médias et les gares luxembourgeoises.

Ce passeport touristique qui a été offert dans 130 points de vente a totalisé environ 30.000 visites (26.000 en 2003), et un accroissement de 16 % par rapport à 2003 et de 255 % par rapport à l'année de lancement, 1997 sur le nombre de cartes vendues. La carte réservée aux familles et groupes représente 65% de la totalité des ventes.

Brochures touristiques

En 2004 l'ONT a fait imprimer 1.937.350 exemplaires de brochures touristiques nationales.

Afin de promouvoir chaque année un événement-phare, le Comité de l'ONT a décidé d'éditer chaque année une brochure ou dépliant d'actualité. Profitant de l'intérêt suscité par les floralies de Trèves, l'ONT a édité un circuit sur les parcs et jardins du Luxembourg. Ce produit réalisé en collaboration avec le Service

des Sites et Monuments Nationaux a d'ailleurs reçu le 9 décembre 04 une mention de la part du Conseil de l'Europe. Dans le cadre des préparatifs aux fêtes du 60^e anniversaire de la Libération, l'ONT a édité en collaboration avec AMBA un dépliant reprenant plusieurs itinéraires vers les lieux de mémoire et les musées de la bataille des Ardennes.

2004 a vu également la préparation pour l'impression de la nouvelle famille des prospectus d'appel. L'ensemble des prospectus d'appel régionaux a été recréé en collaboration avec le secteur touristique, les représentations du Ministère du Tourisme à l'étranger et l'agence conseil en charge de la réalisation.

L'ONT a pu tenir compte des recommandations de l'assemblée générale en éditant le guide des hôtels et restaurants pour les foires de novembre 04. Le guide Campings a été édité en 2 versions linguistiques, suivant la recommandation de l'ETI. La brochure « Produits du terroir » a dû être augmentée de 8 pages en raison d'une offre en plein développement. Enfin, le Comité de Gérance a retenu un tout nouveau layout et un nouveau nom pour l'édition 2005 de l'Agenda du Luxembourg.

L'année 2004 a été marquée par la réalisation en collaboration avec l'ETI d'un audit sur les brochures éditées par l'ONT. Les enquêtes menées auprès du secteur touristique, les touristes sur leurs marchés domestiques et sur la destination, auprès des membres de l'Office et de son personnel et auprès du Ministère du Tourisme et de ses représentations à l'étranger ont présenté un taux d'approbation de 80 à 90 % pour les présentations actuelles. Les recommandations formulées dans le cadre de l'audit seront analysées par le Comité de Gérance au cours de 2005.

L'iconothèque de l'ONT a été augmentée de plus de 200 nouvelles images, un deuxième CD avec les images les plus demandées a été réalisée à l'attention des journalistes et tour-opérateurs. Enfin, l'ONT a initié un projet pédagogique avec le Lycée Technique des Arts et Métiers qui vise à sensibiliser les élèves apprentis en photographie à la beauté et à la richesse de l'offre touristique et qui en même temps permet à l'Office d'entrer en contact avec une nouvelle génération de photographes.

Si en 2003, l'Office avait réorganisé la gestion de ses stocks et y introduit l'informatique, 2004 a vu l'acquisition d'un logiciel spécialement adapté aux besoins. Désormais réception, bureaux d'accueil et dépôt dépendent d'une même gestion de stocks.

L'ONT écoule plus de deux millions de prospectus touristiques édités par le Gouvernement, ses membres, les attractions culturelles, les ententes touristiques et par ses propres soins. L'ensemble de ces publications est écoulé de la façon suivante : foires 11%; bureaux à l'étranger 21 %; ambassades 4%, accueil Grand-Duché 34 %, expositoires autoroutes 7%, demande spontanée 13 %, Grande Région 10 %.

Le SNIRT & AGENDALUX

Le cahier des charges visant la mise en place du système national d'information et de réservation touristique (SNIRT), dont le cahier des charges avait été approuvé par l'assemblée générale du 19

décembre 2003, a été publié en janvier 2004. Au mois de mai un prestataire a été désigné. Le Conseil des ministres a reconnu le projet comme d'intérêt national dans sa réunion du 11 juin 2004. Le contrat de coopération avec la société Eleven a été signé le 21 juillet 04. Le secteur a été étroitement associé aux développements et les ententes touristiques et associations professionnelles ont été sollicitées pour leur accord pour les rubriques qui les concernent. L'assemblée générale du 10 décembre 04 a approuvé les développements et autorisé l'ONT à passer en ligne dès le 3 janvier 05.

Le SNIRT comprend les fonctionnalités suivantes: Information touristique avec liens vers chaque partenaire; réservation par borne, GSM, formulaire électronique ou centrales de réservations. Le site comprend un espace professionnel proposant aux journalistes et tour-opérateurs une iconothèque, les Pressnews et le Salesguide. Ses informations et services se déclinent sur internet, bornes interactives et wap.

Bien accueilli par les partenaires, des suggestions intéressantes ont été formulées par les partenaires en vue des développements ultérieurs du projet.

Le nom officiel du SNIRT est www.visitluxembourg.lu, bien qu'il soit accessible par 27 autres domaines réservés et activés.

Au cours de 2004 l'ancien site www.ont.lu a été consulté jusqu'à 9140 reprises par jour (+28,5% par rapport à 2003). Le courrier électronique représente entre-temps 91% de la demande touristique.

Le site Internet a pu s'enrichir de deux nouvelles rubriques : un Guide vélo proposant des randonnées cyclistes dans les cinq régions touristiques et le guide de l'étudiant présentant les écoles de tourisme dans les 25 pays membres de l'UE et en Suisse. D'autre part, le site propose deux concours mensuels à la fois où l'hôtellerie nationale offre des séjours forfaitaires comme gains. Enfin, la Lettre Marketing et les Press News sont éditées sous forme de newsletter électronique.

Le site Agendalux.lu a été consulté jusqu'à 11.000 reprises par jour. Ce site qui reprend les manifestations culturelles, sportives et de loisirs a été augmenté d'une newsletter à l'adresse des internautes. L'encodage direct par manif@agendalux.lu a été largement facilité. Un lien direct vers la réservation de spectacles via www.luxembourgticket.lu géré par l'agence luxembourgeoise d'action culturelle est établi.

Le site www.agenalux.lu a été implémenté dans le nouveau SNIRT. Les adaptations au nouveau layout de l'Agenda du Luxembourg ont été réalisées.

La collaboration

Les relations avec l'ensemble des partenaires touristiques et plus particulièrement avec les membres de l'ONT s'est poursuivi au cours de 2004. Le Syndicat d'Initiative de Hoscheid et celui de Lamadelaine se sont affiliés à l'Office.

2004 a été caractérisé par un certain nombre de nouvelles collaborations:

L'ONT a été associé au projet de la Cour grand-ducale pour la création d'un musée de la dynastie au château de Berg.

Le Ministère des Affaires Etrangères a sollicité la collaboration de l'ONT pour l'accueil de quelque 4.000 journalistes étrangers attendus dans le cadre de la Présidence luxembourgeoise à l'Union Européenne et la préparation de 20.000 fardes touristiques à l'attention des hôtes de l'UE.

L'Office a également pu collaborer avec Infohandicap pour la mise en place et la promotion du nouveau label Eurewelcome promouvant l'accès pour tous aux établissements d'hébergement.

L'AutomobileClub Luxembourg a associé l'ONT à son projet « Show your Card ».

La charte de coopération entre le Ministère du Tourisme, les bureaux à l'étranger et ONT a été signée en cours d'année. A l'instar du code interne de fonctionnement de l'Office, cette charte régit les processus de travail et clarifie les responsabilités.

La demande touristique

L'ONT a reçu quelque 14.300 demandes spontanées au siège, soit un accroissement de 10,42 % par rapport à l'année précédente. Les Belges (25%) viennent en premier lieu pour se renseigner, suivis des Allemands (23 %), des Français (10%) et des Luxembourgeois (9 %).

La banque d'adresses de l'Office comprend actuellement 83.700 adresses réservées à l'ONT pour des actions de mailings. La nouvelle législation sur la protection du consommateur n'autorise plus la cession d'adresses à des tiers.

La demande touristique se compose de la façon suivante : Hôtels 39,4%; Campings 19,4%, logements de vacances 17,5%, auberges de jeunesse 10,8%. Les Britanniques sont les touristes qui demandent le plus la brochure Sites & Attractions (84%), suivis des Néerlandais (64,66%), des Allemands (26%) et des Belges (24%).

L'ONT en collaboration avec les représentations à l'étranger a élaboré un mode de saisie et de gestion d'adresses identique pour l'ensemble des agences et l'Office. Cette harmonisation de saisie permet également une harmonisation des statistiques sur la demande touristique.

C'est à la fin du mois de septembre 04 que l'ONT a pu occuper son nouveau bureau d'accueil au hall central de la gare de Luxembourg. L'exploitation commune d'un bureau d'accueil par les CFL et l'ONT souligne l'importance du transport public pour le tourisme.

Ce choix était judicieux, car le nombre de touristes accueillis a augmenté en septembre de 5,56 % et en octobre de 120 % par rapport à la même période de l'année 2003.

La clientèle luxembourgeoise y a le plus augmenté par rapport à l'année précédente (+50%), suivie des Français (+ 30%), des Américains (+ 8%), des Néerlandais (+ 7%). Les touristes belges et allemands sont par contre restés stables, les Britanniques ont même régressés de 6,16 %, et ceux en provenance des pays scandinaves de 22%.

Parmi les nationalités aux contingents plus réduits, notons une hausse des touristes en provenance de l'Espagne, de l'Australie, de l'Italie, de l'Amérique du Sud. Les Canadiens et Asiatiques ont accusé des régressions.

Le nombre de réservations est depuis plus de 10 ans en constante régression. Si en 2004 l'ONT assurait 892 réservations, en 1994 ceux-ci s'élevaient encore 6.376. Un client de plus en plus expérimenté, profitant d'Internet pour se renseigner et enclin à négocier le prix du séjour, ne recourt à ce service de l'Office qu'en cas d'urgence ou pour des questions plus complexes, tels que le logement d'un groupe plus important ou nécessitant des infrastructures ou services particuliers.

La demande sur les autoroutes

Les exposoirs placés dans les relais autoroutiers ont permis la distribution de 138.000 brochures touristiques (160.000 en 2003). Les trièdres publicitaires ont été équipés de nouvelles affiches promouvant les attractions culturelles du pays au cours de mois d'hiver.

L'ONT a assuré la promotion touristique dans les relais autoroutiers les jours de grande affluence annoncés par l'Automobile Club de Luxembourg. Si le passage est énorme, l'intérêt touristique demeure cependant limité. Ainsi, le personnel de l'Office a été sollicité en moyenne à 20,61 reprises par jour à Berchem Ouest, à 18,07 occasions à Wasserbillig nord et à 6 reprises à Capellen.

Les touristes qui ont sollicité le personnel de l'Office en ces relais autoroutiers s'intéressaient d'abord au produit « Sites et Attractions » et Agenda du Luxembourg, ensuite aux guides d'hébergement et enfin à la carte touristique.

Le nombre de plaintes touristiques reçues à l'ONT s'est stabilisé autour de 18 depuis 7 ans. La plupart des réclamations touche la qualité de l'offre.

ANNEXE I : Tableau statistiques / STATEC

Arrivées et nuitées dans les hôtels, auberges et pensions

	2003	2004 *	2004/03
		Unité: milliers	(en %)
Arrivées	605,1	632,1	4,5
Nuitées	1 223,8	1 270,0	3,8

Source: STATEC

* chiffres provisoires

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

1-11/2004

1/11/2003 Information touristique (bureau d'accueil + luxembourg jackets), personnes guidées, casemates)

1-11/2002

	2004	2003	2002	Evol.en% 03/04	Evol.en% 02/03	Evol.en% 02/04
Information touristique	272.333	296.515	305.560	-8,16%	-2,96%	-10,87%
<i>Bureau d'accueil</i>	236.622	246.638	263.885	-4,06%	-6,54%	-10,33%
<i>luxembourg jackets</i>	35.711	49.877	41.675	-28,40%	+19,68%	-14,31%
Personnes guidées	220.520	216.760	225.200	1,73%	-3,75%	-2,08%
Casemates (Bock+Pétrusse)	99.103	98.152	103.799	+0,97%	-5,44%	-4,52%
Sous -Totaux	591.956	611.427	634.559	-3,18%	-3,65%	-6,71%

LE BUREAU D'ACCUEIL A LA PLACE D'ARMES 2000-2004

nat.	mois	années	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	total	% du total	évol. en val. abs.
allemands		2004	1.552	2.376	3.252	7.440	8.132	7.587	6.961	7.690	7.681	7.493	2.246	1.758	64.168	24,95%	-16,70%
		2003	1.645	2.029	4.788	8.181	8.804	8.479	7.143	10.139	10.158	10.683	2.831	2.156	77.036	27,81%	+0,57%
		2002	1.398	2.605	5.326	5.520	8.808	6.673	8.581	10.367	9.364	12.086	3.134	2.734	76.596	27,65%	+24,53%
		2001	1.491	2.091	3.044	6.912	6.232	6.990	5.733	8.079	7.597	8.816	2.738	1.786	61.509	22,21%	+7,20%
		2000	1.684	1.718	3.244	6.327	4.797	6.098	5.806	7.302	7.773	8.027	2.388	2.212	57.376	20,71%	
belges		2004	315	508	868	717	708	512	948	644	1.024	701	678	603	8.226	3,20%	-8,05%
		2003	447	512	915	888	874	531	863	1.105	754	700	666	691	8.946	3,23%	-29,77%
		2002	725	950	913	983	1.120	744	2.254	1.484	824	900	831	1.011	12.739	4,60%	+11,54%
		2001	711	817	755	1.069	943	1.042	943	1.181	1.263	895	813	989	11.421	4,12%	-4,54%
		2000	689	674	1.011	1.041	697	1.157	1.210	1.771	1.071	865	858	920	11.964	4,32%	
espagnols		2004	310	488	417	708	669	739	1.088	1.936	939	607	286	303	8.490	3,30%	-9,10%
		2003	335	337	645	1.070	748	667	1.128	2.173	899	592	431	315	9.340	3,37%	-7,02%
		2002	299	370	743	497	651	872	1.399	2.607	928	548	705	426	10.045	3,63%	+10,31%
		2001	222	298	461	1.263	563	732	1.104	2.426	912	467	375	283	9.106	3,29%	+2,80%
		2000	311	370	391	779	1.025	708	1.173	2.221	822	464	294	300	8.858	3,20%	
français		2004	1.972	2.999	2.249	4.967	4.714	3.685	5.760	6.746	3.461	3.393	2.821	2.287	45.054	17,52%	-8,35%
		2003	2.025	2.980	3.276	4.683	4.597	4.079	6.528	7.483	4.019	3.861	3.229	2.398	49.158	17,75%	+3,20%
		2002	1.948	3072	3.246	3.972	5.167	4.186	5.110	7.184	4.664	3.575	2.987	2.525	47.636	17,20%	+2,10%
		2001	2.037	2793	2.696	5.512	4.066	4.104	4.911	8.096	3.816	3.371	3.071	2.183	46.656	16,84%	+8,72%
		2000	1.981	2576	2.299	4.619	3.056	3.382	4.902	6.916	4.449	3.274	2.490	2.968	42.912	15,49%	
anglais		2004	521	939	744	1.191	1.537	2.248	2.461	2.120	1.430	1.256	607	541	15.595	6,06%	-14,64%
		2003	471	776	953	1.442	1.790	2.270	2.466	2.287	1.993	1.947	1.005	869	18.269	6,60%	+0,27%
		2002	582	742	1.310	1.223	1.401	2.253	2.665	2.910	1.573	1.342	1.159	1.059	18.219	6,58%	+4,00%
		2001	476	613	1.043	1.753	1.572	1.727	2.482	3.495	1.635	1.353	570	799	17.518	6,32%	+11,00%
		2000	487	642	610	1.390	1.124	1.669	2.659	2.467	2.390	1.057	505	782	15.782	5,70%	
italiens		2004	145	108	202	413	349	325	549	925	208	165	155	132	3.676	1,43%	+7,58%
		2003	117	150	195	343	308	227	394	971	215	180	193	124	3.417	1,23%	-22,04%
		2002	110	127	240	359	320	420	465	1.624	240	184	141	153	4.383	1,58%	+29,75%
		2001	150	114	204	259	250	295	278	1.066	232	205	211	114	3.378	1,22%	-1,29%
		2000	184	74	172	372	195	237	335	1.022	279	218	169	165	3.422	1,24%	
luxembourgeois		2004	1.374	1.604	2.368	2.999	2.912	2.476	3.801	3.124	2.162	2.323	1.992	1.094	28.229	10,98%	+19,04%
		2003	1.250	1.254	1.740	2.337	2.651	2.598	3.276	2.642	1.781	1.656	1.279	1.250	23.714	8,56%	-7,04%
		2002	1.116	1.016	1.757	2.899	2.674	2.657	3.209	2.865	1.884	1.690	1.782	1.961	25.510	9,21%	-6,83%
		2001	1.109	1.271	1.724	5.411	3.135	2.432	2.864	3.814	1.847	1.449	1.107	1.216	27.379	9,88%	+32,13%
		2000	1.386	1.230	1.305	2.209	2.018	1.613	2.355	2.759	1.686	1.529	1.283	1.348	20.721	7,48%	
néerlandais		2004	327	897	658	1.589	2.511	1.698	4.494	5.145	1.827	1.531	552	604	21.833	8,49%	+4,82%
		2003	447	626	1.109	1.678	2.160	1.525	4.765	3.985	1.694	1.515	597	728	20.829	7,52%	-11,29%
		2002	438	1.012	1.038	1.275	2.303	1.687	5.246	5.437	1.788	1.752	680	824	23.480	8,48%	+16,73%
		2001	541	655	848	1.363	1.654	2.031	3.265	5.001	1.592	1.540	800	825	20.115	7,26%	-2,59%
		2000	541	550	905	1.225	1.457	2.007	4.073	5.289	1.631	1.572	624	776	20.650	7,45%	
scandinaves		2004	79	88	116	209	183	202	238	182	250	152	62	56	1.817	0,71%	-1,30%
		2003	39	74	110	176	232	365	352	178	61	106	116	32	1.841	0,66%	+17,71%
		2002	69	94	127	120	149	242	302	78	68	166	121	28	1.564	0,56%	-19,88%
		2001	78	81	129	176	147	374	388	134	164	121	94	66	1.952	0,70%	-5,61%
		2000	72	55	148	171	140	305	471	216	184	162	82	62	2.068	0,75%	
pays de l'est		2004	256	265	550	979	1.084	664	892	1.101	759	640	383	293	7.866	3,06%	+9,22%
		2003	443	287	478	647	1.231	643	650	991	564	592	387	289	7.202	2,60%	-11,16%
		2002	411	272	435	813	1.166	849	914	870	748	788	527	314	8.107	2,93%	-6,07%
		2001	381	265	429	1.300	1.258	998	840	939	782	563	516	360	8.631	3,12%	+24,65%
		2000	258	212	409	1.064	727	572	671	1.217	601	635	331	227	6.924	2,50%	
pays d'asie		2004	398	639	591	2.297	1.664	835	981	1.139	633	627	363	488	10.655	4,14%	+13,54%
		2003	435	477	805	1.503	838	700	772	1.139	852	728	596	539	9.384	3,39%	-24,29%
		2002	377	529	922	1.887	1.984	1.118	1.008	1.361	995	937	656	620	12.394	4,47%	+18,22%
		2001	376	430	590	1.960	1.469	834	1.136	1.446	612	590	506	535	10.484	3,78%	-0,19%
		2000	318	387	639	1.873	1.388	1.017	923	1.204	1.005	643	622	485	10.504	3,79%	
américains		2004	484	437	553	1.319	1.064	997	1.140	1.041	1.122	685	698	608	10.148	3,95%	+0,53%
		2003	580	518	740	863	979	948	1.738	1.420	777	644	561	327	10.095	3,64%	-29,46%
		2002	618	598	960	1.114	2.083	1.626	1.576	1.637	1.609	1.287	624	579	14.311	5,17%	+0,25%
		2001	593	632	1.023	1.411	1.625	2.053	1.360	1.455	1.865	894	661	704	14.276	5,15%	-20,93%
		2000	561	574	929	1.735	1.949	2.119	1.701	2.921	2.237	1.709	1.028	591	18.054	6,52%	
divers		2004	838	959	1.645	2.240	2.229	2.026	3.339	2.381	1.641	1.363	971	785	20.417	7,94%	+13,80%
		2003	700	810	1.128	1.476	1.535	1.665	2.495	3.410	1.620	1.308	978	816	17.941	6,48%	-18,52%
		2002	953	1.195	1.652	2.032	1.958	1.877	2.981	3.433	1.886	1.639	1.529	884	22.019	7,95%	-6,51%
		2001	911	978	1.317	2.927	2.311	2.596	2.960	2.871	2.412	1.787	1.531	952	23.553	8,50%	+31,46%
		2000	886	816	1.019	1.772	1.760	1.425	2.166	2.476	1.464	1.911	1.156	1.066	17.917	6,47%	
totaux		2004	8.571	12.307	14.213	27.068	27.756	23.994	32.652	34.174	23.137	20.936	11.814	9.552	246.174	100,00%	-4,28%
		2003	8.934	10.830	16.882	25.287	26.747	24.697	32.570	37.923	25.387	24.512	12.869	10.534	257.172	92,84%	-7,16%
		2002	9.044	12.582	18.669	22.694	29.784	25.204	35.710	41.857	26.571	26.894	14.876	13.118	277.003	108,21%	+8,21%
		2001	9.076	11.038	14.263	31.316	25.225	26.208	28.264	40.003	24.729	22.051	12				

Tableau comparatif du nombre des visiteurs des casemates de 1999 à 2004

BOCK	2004	2003	2002	2001	2000	1999
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	4.933 p	5.549 p	6.181 p	4.401 p	5.111 p	4.652 p
A	9.289 p	9.064 p	7.804 p	8.523 p	8.999 p	7.981 p
M	12.078 p	10.811 p	12.956 p	10.675 p	10.228 p	11.060 p
J	9.690 p	9.869 p	9.151 p	10.557 p	10.373 p	9.661 p
J	15.051 p	16.230 p	17.380 p	12.116 p	14.534 p	12.685 p
A	16.399 p	15.524 p	18.291 p	13.788 p	14.556 p	16.376 p
S	9.114 p	8.920 p	9.160 p	8.671 p	8.953 p	8.128 p
O	10.389 p	11.364 p	10.236 p	8.314 p	8.022 p	9.536 p
N	342 p	689 p	802 p	0 p	0 p	30 p
D	0 p	0 p	0 p	0 p	2 p	30 p
TOTAL	87.285 p	88.020 p	91.961 p	77.045 p	80.778 p	80.139 p

PETRUSSE	2004	2003	2002	2001	2000	1999
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	0 p	0 p	496 p	0 p	0 p	35 p
A	1.009 p	859 p	438 p	800 p	920 p	946 p
M	467 p	227 p	654 p	0 p	20 p	687 p
J	1.157 p	870 p	522 p	875 p	517 p	446 p
J	3.591 p	2.763 p	3.996 p	2.846 p	2.876 p	3.082 p
A	4.773 p	4.056 p	4.348 p	2.854 p	2.921 p	4.465 p
S	821 p	1.357 p	1.384 p	686 p	769 p	920 p
O	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
N	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
D	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
TOTAL	11.818 p	10.132 p	11.838 p	8.061 p	8.023 p	10.581 p

BOCK+PETRUSSE	2004	2003	2002	2001	2000	1999
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	4.933 p	5.549 p	6.677 p	4.401 p	5.111 p	4.687 p
A	10.298 p	9.923 p	8.242 p	9.323 p	9.919 p	8.927 p
M	12.545 p	11.038 p	13.610 p	10.675 p	10.248 p	11.747 p
J	10.847 p	10.739 p	9.673 p	11.432 p	10.890 p	10.107 p
J	18.642 p	18.993 p	21.376 p	14.962 p	17.410 p	15.767 p
A	21.172 p	19.580 p	22.639 p	16.642 p	17.477 p	20.841 p
S	9.935 p	10.277 p	10.544 p	9.357 p	9.722 p	9.048 p
O	10.389 p	11.364 p	10.236 p	8.314 p	8.022 p	9.536 p
N	342 p	689 p	802 p	0 p	0 p	30 p
D	0 p	0 p	0 p	0 p	2 p	30 p
TOTAL	99.103 p	98.152 p	103.799 p	85.106 p	88.801 p	90.720 p

Tableaux comparatifs du nombre de guides mis mensuellement à disposition par le LCTO de 1999 à 2004 ainsi que du nombre de personnes ayant été guidées mensuellement par les soins du LCTO pendant la même période

nombre de guides	2004	2.003	2.002	2.001	2.000	1.999
J	82 guid	67 guid	70 guid	76 guid	89 guid	94 guid
F	95 guid	89 guid	109 guid	76 guid	326 guid	107 guid
M	249 guid	255 guid	250 guid	239 guid	212 guid	231 guid
A	495 guid	378 guid	545 guid	443 guid	440 guid	469 guid
M	752 guid	709 guid	846 guid	783 guid	865 guid	706 guid
J	704 guid	704 guid	756 guid	668 guid	630 guid	660 guid
J	633 guid	709 guid	601 guid	566 guid	527 guid	472 guid
A	694 guid	742 guid	796 guid	749 guid	627 guid	686 guid
S	869 guid	910 guid	849 guid	826 guid	821 guid	777 guid
O	571 guid	620 guid	590 guid	554 guid	572 guid	634 guid
N	218 guid	236 guid	218 guid	218 guid	216 guid	331 guid
D	151 guid	149 guid	151 guid	146 guid	151 guid	159 guid
TOTAL	5.513 guid	5.568 guid	5.781 guid	5.344 guid	5.476 guid	5.326 guid

nombre de pers.	2004	2.003	2.002	2.001	2.000	1.999
J	3.280 p	2.680 p	2.800 p	3.040 p	3.560 p	3.760 p
F	3.800 p	3.560 p	4.360 p	3.040 p	13.040 p	4.280 p
M	9.960 p	10.200 p	10.000 p	9.560 p	8.480 p	9.240 p
A	19.800 p	15.120 p	21.800 p	17.720 p	17.600 p	18.760 p
M	30.080 p	28.360 p	33.840 p	31.320 p	34.600 p	28.240 p
J	28.160 p	28.160 p	30.240 p	26.720 p	25.200 p	26.400 p
J	25.320 p	28.360 p	24.040 p	22.640 p	21.080 p	18.880 p
A	27.760 p	29.680 p	31.840 p	29.960 p	25.080 p	27.440 p
S	34.760 p	36.400 p	33.960 p	33.040 p	32.840 p	31.080 p
O	22.840 p	24.800 p	23.600 p	22.160 p	22.880 p	25.360 p
N	8.720 p	9.440 p	8.720 p	8.720 p	8.640 p	13.240 p
D	6.040 p	5.960 p	6.040 p	5.840 p	6.040 p	6.360 p
TOTAL	220.520 p	222.720 p	231.240 p	213.760 p	219.040 p	213.040 p