

RAPPORT ANNUEL 2019

CHIFFRES CLÉS

154.409

Contacts à l'information
touristique

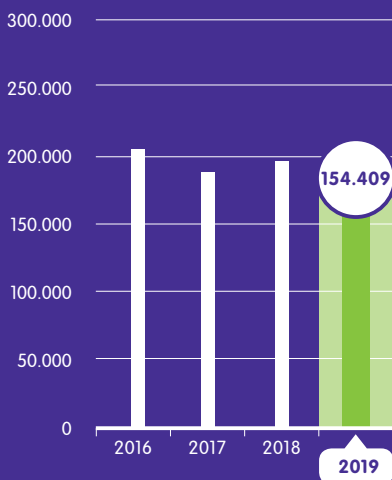
7.138

Tours guidés

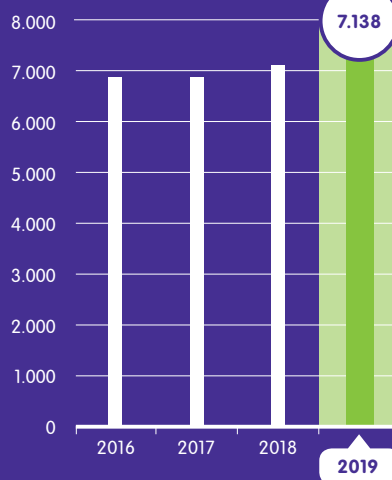
152.223

Visiteurs aux casernes
du Bock

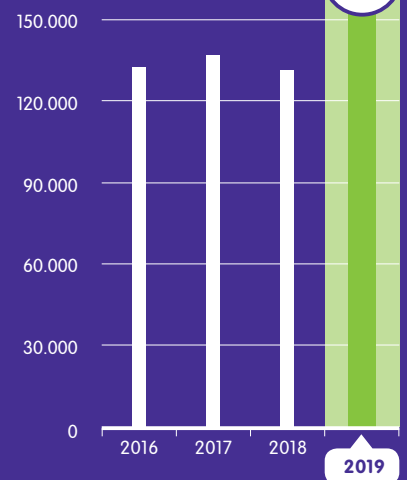
NOMBRE DE VISITEURS
INFORMATION TOURISTIQUE
(BUREAU D'ACCUEIL + LUXEMBOURG
JACKETS) DE 2016 À 2019



NOMBRE DE TOURS GUIDÉS
ORGANISÉS PAR LE LCTO
DE 2016 À 2019



NOMBRE DE VISITEURS
DES CASEMATES DU BOCK
DE 2016 À 2019



999

Tours guidés
en juillet 2019

2.590

Tours
en langue
anglaise

1.742

Tours
en langue
allemande

767

Tours
en langues
française

29.487

Visiteurs aux
casemates en
août 2019

20.542

Visiteurs au
bureau d'accueil
en août 2019

673

Événements culturels
(co-)organisés
par le LCTO

11.551

Visiteurs
au Palais
grand-ducal

23.926

Pages likes
sur facebook

Le Conseil d'administration

Suite aux élections statutaires s'étant déroulées à l'occasion de l'Assemblée Générale en date du 11 juin 2019 et suite à la répartition subséquente des charges au sein du Conseil d'administration, celui-ci se composait en 2019 de la façon suivante :

Président de patronage

Madame le Bourgmestre Lydie POLFER

Délégué de la Ville

Monsieur l'Echevin Serge WILMES

Président

Monsieur Marc ANGEL

Vice-présidents

Monsieur Wolfgang SCHROEDER

Monsieur Nico MARGUE

Trésorier

Monsieur Alain RIX

Membres

Monsieur Germain BIRGEN

Monsieur Carlo CRAVAT

Madame Anne DARIN

Monsieur Hubert GLESENER

Monsieur Marcel GOERES

Monsieur Roger HAMEN

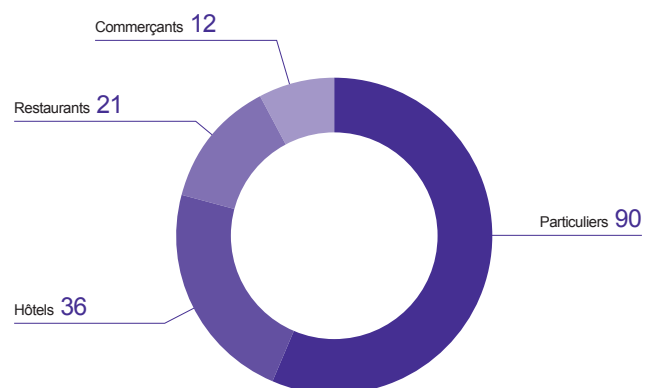
Monsieur François KOEPP

Monsieur Patrick LAMESCH

Madame Renée NOESEN

Monsieur Romain WEBER

Les Membres



La Direction

Directeur

Tom BELLION

Directrice adjointe

Martine VOSS

Présidents d'honneur

Monsieur le Dr Jean GOEDERT † 2019

Monsieur Jean-Pierre WAGENER

Directeur honoraire

Monsieur Roland PINNEL

Le Staff

SALES & OPERATIONS

Head of Sales & Operations

Tanja BOLLENDORF

Guided Tours

Nadine KNEPPER
Diane OLINGER
Germain WEBER

Information Desks & Hospitality

Yana ANGEL
Alex ARENDT
Jean-Claude CONTER
Claude FELTES
Chantal FLAMMANG
Diane MAJERUS
Ralph PLETSCHE
Alexandra ROELTGEN
Natascha STEICHEN-BONIFAS
Luc THILLMANN

Casemates

Claudio CARUSO
Jean-Philippe SAQUET
Eric SPAUTZ
Pit PIXIUS

EVENTS & CULTURE

Head of Events & Culture

Raymond HORPER

Festivals & Concerts

Serge BAUSCH
Serge KIEFFER
Roby SCHULER

MARKETING

Head of Marketing

Edgar JANSSEN

Promotion & Public Relations

Marie HEUERTZ
Dany SCHNEIDER

Social Media & Webmarketing

Janine FLECK

GENERAL SERVICES

Head of General Services

Claude FAPRANZI

Information Technologies

David DE OLIVEIRA

Administration & Accounting

Monique DAHM
Miriam GOUVERNEUR
Jill RIPPINGER

Extrait des statuts du Luxembourg City Tourist Office

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

Art. 2. L'association a pour but

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

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

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



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



Impressum

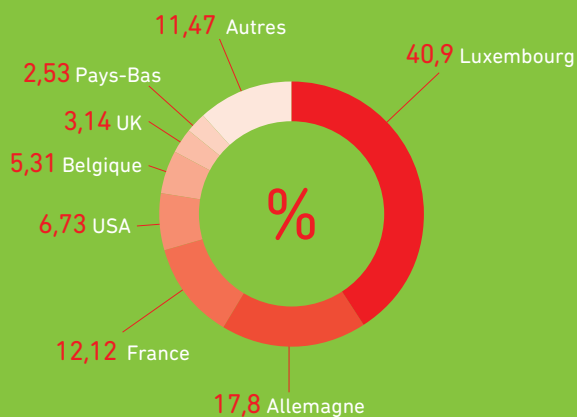
Editeur : Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l. | N°TVA : LU15621823 – R.C.S. Luxembourg F 754
Conception graphique : mv-concept.lu

Marketing

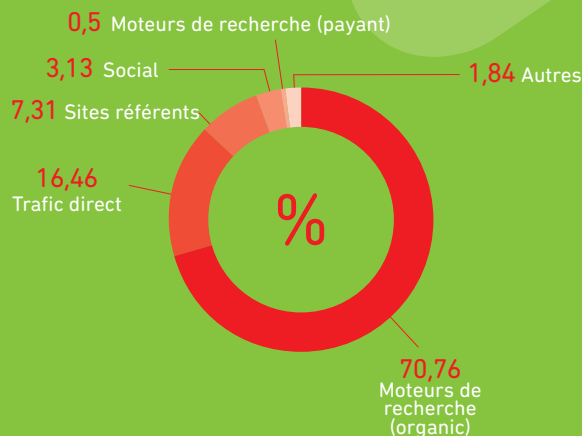
CHIFFRES CLÉS

SITE LUXEMBOURG-CITY.COM

Fréquentation par pays



Source de trafic



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

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

Promotion & Public Relations

Foires, workshops et actions de sensibilisation

Le Luxembourg City Tourist Office a maintenu en 2019 sa présence, aux côtés d'autres acteurs, sur les foires et workshops touristiques et professionnels, permettant ainsi de promouvoir davantage les atouts de Luxembourg auprès des décideurs et visiteurs potentiels.

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

- la 5^e édition de l'« Explore Luxembourg » en date du 19 et 20 avril 2019 ;
- la présence du Luxembourg City Tourist Office aux foires et salons régionaux dans le cadre de sa coopération avec les villes partenaires de QuattroPole ;
- la participation du Luxembourg City Tourist Office à la promotion commerciale effectuée par le Ministère de l'Économie, aux salons internationaux ainsi que dans le cadre des coopérations avec ECM (European Cities Marketing) et ICCA (International Congress and Convention Association).

Annonces et campagnes publicitaires

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

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

Soucieux de renforcer sa présence sur le marché luxembourgeois, le Luxembourg City Tourist Office a coopéré avec différentes associations et fédérations luxembourgeoises.

Matériel de promotion

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

Editions touristiques

Les brochures touristiques professionnelles (B2B), touristiques (B2C) et culturelles continuent à être un important vecteur d'information pour la clientèle du Luxembourg City Tourist Office. Chaque support édité existe en version papier et en version digitale sur le site luxembourg-city.com/fr/mediatheque et le contenu est véhiculé dans les différentes rubriques du site.

En 2019, le Luxembourg City Tourist Office a édité une série de brochures et de dépliants dans plusieurs langues afin de promouvoir la capitale, informer sur les services et tours guidés en vente et sur les événements culturels à venir. Deux nouvelles brochures touristiques, notamment la brochure d'images « Discover Luxembourg » et la brochure « Visit Luxembourg » ayant pour but de renseigner sur l'offre touristique globale dans la capitale luxembourgeoise, ont été réalisées en 2019.

Actions de communication

A travers ses multiples actions de communication en 2019, le Luxembourg City Tourist Office a :

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

Médias

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

Journalistes et « bloggers » en reportage à Luxembourg

En 2019, le Luxembourg City Tourist Office a accompagné, en étroite collaboration avec Luxembourg for Tourism, de nombreux journalistes, « bloggers » et « influenceurs » en reportage dans la capitale et les a épaulés à travers la mise à disposition de contenus et d'informations, de programmes personnalisés, d'organisation d'interviews, d'aide lors de plans de tournages et de facilitation logistique (hébergement, restauration, etc).

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

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

Campagnes de communication autour des festivals urbains

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

Côté communication, chaque festival a ancré sa propre identité visuelle grâce à des campagnes intégrées transfrontalières. En 2019, les événements et festivals Explore Luxembourg, Summer in the City, Fête de la Musique, Kinnekswiss loves..., Rock um Knuedler, Blues'n Jazz Rallye, Streeta(rt)nimation, MeYouZik, ainsi que les concerts « Plëss in concert » et « Concerts de Midi », ont gagné en notoriété grâce à des campagnes d'information en ligne, sociales, radio, de flyering, direct mailing et d'affichage dans l'espace public.

Le Luxembourg City Tourist Office gère :

- un microsite web :

summerinthecity.lu

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

Fête de la Musique
Kinnekswiss loves...
Rock um Knuedler
Blues'n Jazz Rallye
Streeta(rt)nimation
MeYouZik
Concerts de Midi
Plëss in Concert
Winterlights

Social Media & Webmarketing

luxembourg-city.com

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

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

Côté performances, le site luxembourg-city.com a enregistré les chiffres suivants : 598.377 visiteurs uniques (+25,55%) dont 82,4% sont des visiteurs nouveaux, 838.377 sessions (+27,59%), 1.911.345 pages vues (+18,87%). Peu de changements au niveau des origines des visiteurs : 40,9% proviennent du Luxembourg, 17,8% de l'Allemagne, 12,12% de la France, 6,73% des États-Unis et 5,31% de la Belgique. Les augmentations de trafic les plus notables en 2019 en termes de pourcentages proviennent des États-Unis (+91,72), de l'Irlande (+67,51%), du Japon (+49,46%), du Danemark (+37,47%) et de l'Allemagne (+30,38%). L'agenda culturel, les infos liées aux festivals et événements et les visites guidées sont les contenus les plus recherchés.

Les consultations mobiles représentent 53,82% des recherches totales, contre 38,76% de consultations desktop et 7,42% de tablets. Les trois sources majeures du trafic sont aujourd'hui : les moteurs de recherche (70,8%), l'accès direct (16,5%) et les sites référents (7,3%). Le samedi, 27 juillet, date du festival « Blues'n Jazz Rallye », le site web a enregistré 8.459 visites, le record de consultation de l'année.

Facebook, Twitter, Instagram

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

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

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

Fin 2019, la page FB est aimée par 23.926 personnes (+15,41%). Les top fans de la page sont, en très large partie, les résidents luxembourgeois, suivis des résidents français, belges et allemands. Instagram rassemble 10.643 abonnés (+307,75%) et le compte Twitter est suivi par 1.193 personnes (+57,18%).



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



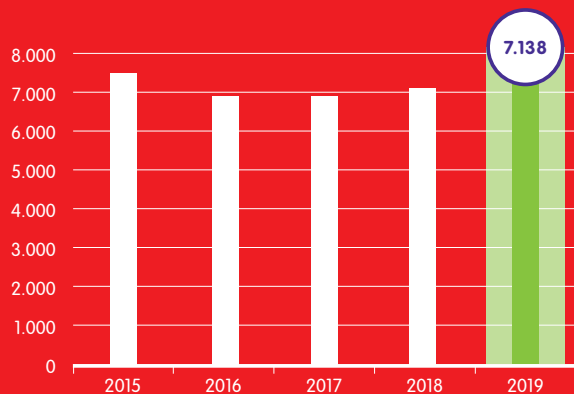
Impressum

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

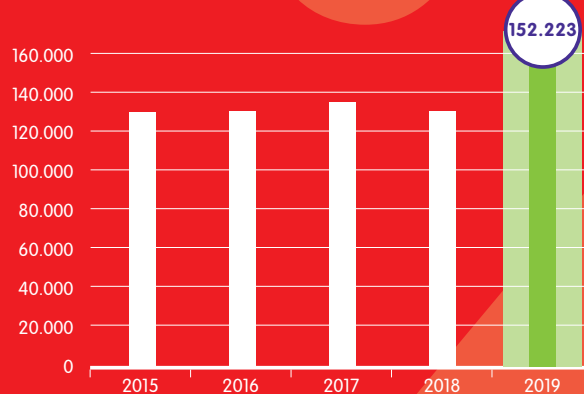
Sales & Operations

CHIFFRES CLÉS

NOMBRE DE TOURS GUIDÉS ORGANISÉS PAR LE LCTO DE 2015 À 2019



NOMBRE DE VISITEURS DES CASEMATES DU BOCK DE 2015 À 2019



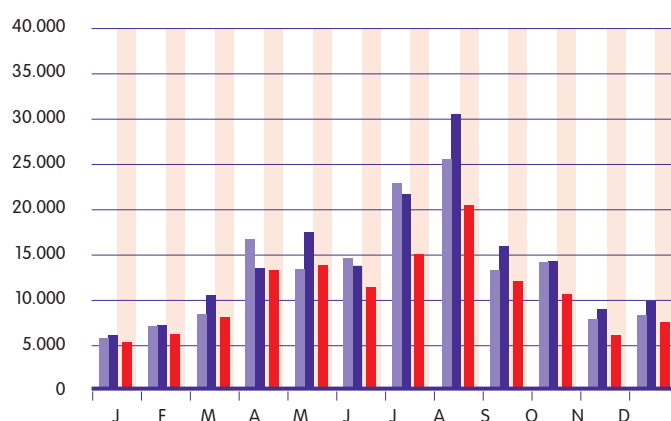
Le département « Sales & Operations » regroupe l'ensemble des services et personnels impliqués au niveau de la vente des produits et qui sont en contact direct avec les visiteurs de la ville et autres tiers. Il englobe les services Information Desks & Hospitality, Guided Tours et Casemates.

Information Desks & Hospitality

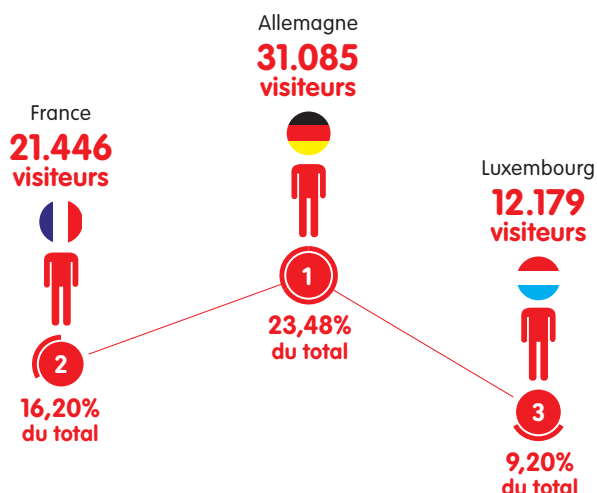
L'équipe « Information Desks & Hospitality » comprend les équipes du Front Office, en contact direct avec les visiteurs de la ville, ainsi que le Back Office, en charge – entre autres – des contacts via téléphone et internet. Les services offerts sont multiples allant de l'information touristique-culturelle sur la capitale et les différentes régions du pays jusqu'à la vente de souvenirs, de tickets de concerts ou de billets pour tours guidés (City Promenade, circuit Wenzel, Palais grand-ducal...). Le Back Office s'occupe en plus des mises à jour d'une partie du site web du Luxembourg City Tourist Office, de la gestion de la vente en ligne, de l'archivage des publications et de la mise à jour de certaines banques de données ; en 2019, il a répondu à plus de 4.000 demandes d'informations touristiques qui nous ont été adressées via courrier ou courriel.

Le bureau d'accueil du LCTO à la Place Guillaume II, ouvert sept jours sur sept (sauf le 25 décembre et le 1er janvier), est le point d'information et d'accueil central des touristes visitant la ville de Luxembourg, voire le Grand-Duché. En 2019, l'équipe a pris en charge 154.409 visiteurs au total, dont 132.367 dans l'enceinte du bureau d'accueil Place Guillaume II et 22.042 dans le cadre de son information mobile estivale, les « Luxembourg Jackets ».

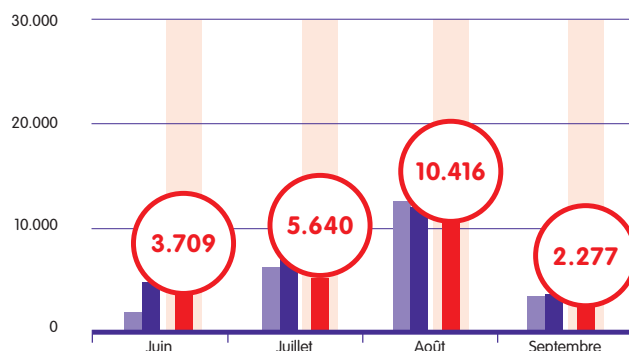
FRÉQUENTATION MENSUELLE DU BUREAU D'ACCUEIL ANNÉES 2017 / 2018 / 2019



BUREAU D'ACCUEIL PLACE GUILLAUME II PODIUM DES PAYS DE RÉSIDENCE 2019



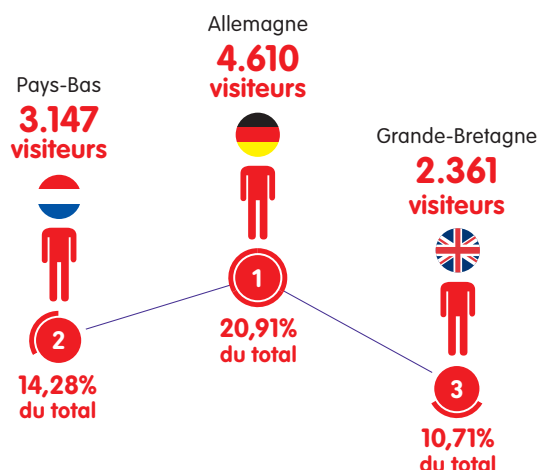
FRÉQUENTATION LUXEMBOURG JACKETS ANNÉES 2017 / 2018 / 2019



BUREAU D'ACCUEIL PLACE GUILLAUME II MEILLEURS MOIS 2019



LUXEMBOURG JACKETS PODIUM DES PAYS DE RÉSIDENCE 2019



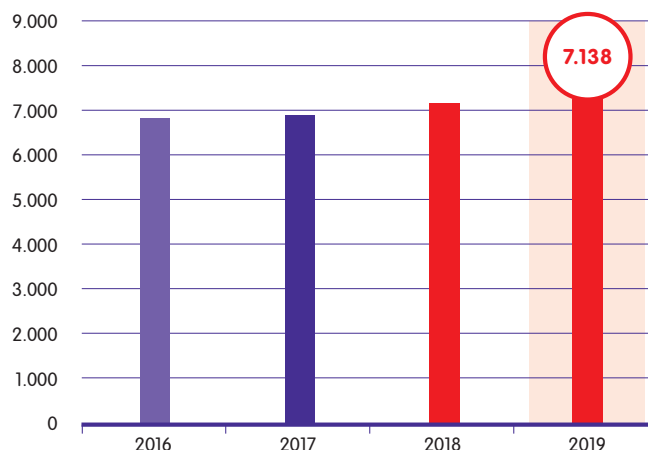
Guided tours

En 2019, 7.138 visites guidées de la ville de Luxembourg ont été organisées. Tenant compte de l'image de Luxembourg en tant que ville multiculturelle et polyglotte, nos guides savent assurer 25 langues pour accueillir au mieux notre clientèle internationale.

En 2019, plus d'un tour sur trois s'est fait en langue anglaise. L'équipe des visites guidées a organisé 2.590 tours en anglais, 1.742 tours en allemand, 767 tours en français et 311 tours en luxembourgeois. Au total, le LCTO offre des visites guidées en 25 langues différentes. Un grand nombre de visites guidées régulières se sont déroulées en deux langues. Ainsi, pour plus de 300 City Promenades, City Promenades by Night et Circuits Wenzel, le LCTO a mis à disposition un guide bilingue qui s'est facilement adapté aux connaissances linguistiques des participants.

Plus de 70% des visites ont été organisées pour des groupes privés sur demande. Presque 30% ont été des visites organisées pour le compte du LCTO ; il s'agit de visites régulières, proposées à des dates et horaires fixes et qui sont en vente libre.

NOMBRE DE TOURS GUIDÉS ORGANISÉS PAR LE LCTO DE 2016 À 2019



Ainsi, trois visites ont été offertes tout au long de l'année sans contrainte de réservation au préalable, à savoir la City Promenade (tour quotidien), la City Promenade by Night (tour hebdomadaire) et le circuit Wenzel (tour hebdomadaire). Pendant des périodes limitées, des visites guidées journalières des casemates du Bock (du 1^{er} avril au 15 septembre, 3 fois par jour) ainsi que du Palais grand-ducal (du 14 juillet au 5 septembre, jusqu'à 9 tours par jour) ont été organisées.

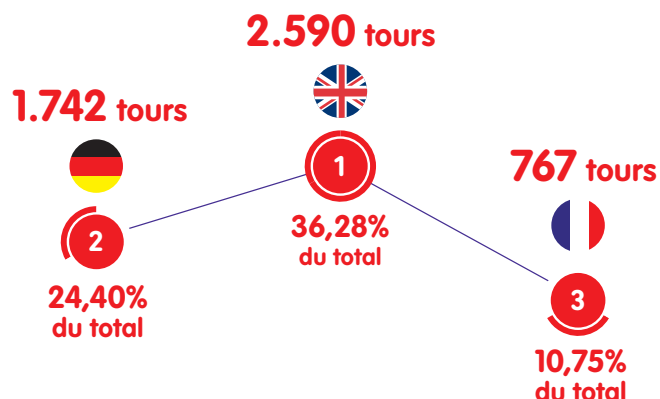
Pendant les weekends, le circuit « Timetravel », lancé en décembre 2018 en tant que projet pilote de la Ville de Luxembourg, a fait découvrir à 601 participants la ville d'antan, plus spécialement le Pfaffenthal de l'année 1867, avec une application alimentée de photos et de films et grâce à une technologie immersive (lunettes 3D).

Quant aux tours thématiques sur demande qui sont organisés pour les voyageurs, pour des associations, écoles, universités ou autres groupes, un nouveau tour a enrichi l'offre depuis mars 2019 : « Walk the art » a été élaboré par les deux musées de la Ville et donne des explications sur les œuvres d'art dans l'espace public et faisant partie de la collection de la Ville de Luxembourg ; En tout, l'offre englobe désormais une trentaine de tours thématiques qui permettent de découvrir les différentes facettes de la capitale.

En 2019, le service « Guided tours » a travaillé en partenariat avec des acteurs publics comme par exemple la Ville de Luxembourg ou la Société Nationale des Chemins de Fer Luxembourgeois (CFL) afin de sensibiliser le grand public à des thématiques bien précises :

- Dans le cadre de la Semaine de la mobilité, organisée par la Ville de Luxembourg, 2 circuits thématiques mettant l'accent sur la mobilité douce sur le territoire de la capitale et intégrant plusieurs moyens de transport public ont été organisés les 21 et 22 septembre.
- En collaboration avec la CFL, 4 circuits thématiques ont été élaborés, avec comme point de départ la Gare Centrale et celle de Pfaffenthal-Kirchberg. À plusieurs dates fixes (19 mai, 29 juin, 6 juillet et 3 août), les guides attendaient les participants, arrivant en train, pour les accompagner sur les tours « Luxembourg : Le Gibraltar du Nord », « Kirchberg : Un quartier en pleine mutation », « Vers les temps modernes » ainsi que « Top vues et festival des rues ».

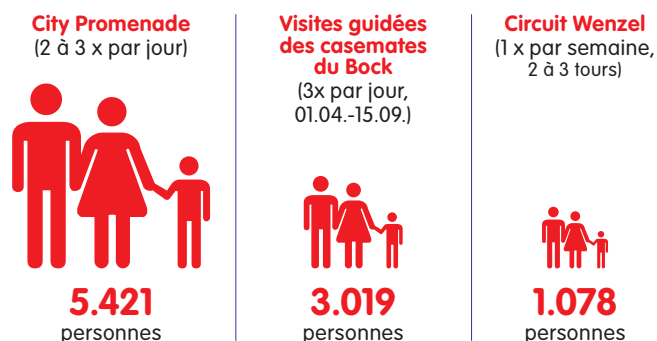
TOURS GUIDÉS PODIUM LANGUES 2019



TOURS GUIDÉS MEILLEURS MOIS 2019



PARTICIPATION AUX TOURS GUIDÉS RÉGULIERS EN 2019



Casemates

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

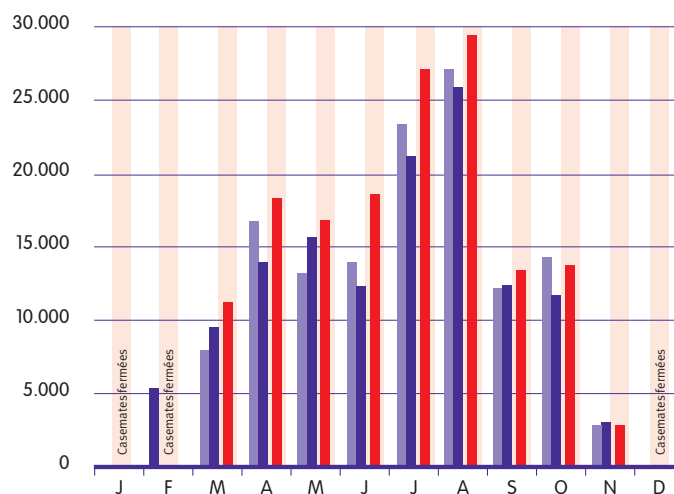
En 2019, les Casemates du Bock ont dépassé la barre de 150.000 visiteurs pour la première fois depuis leur ouverture au public. Entre le 1^{er} mars et le 3 novembre 2019, le Luxembourg City Tourist Office a recensé un total de 152.223 visiteurs dans les Casemates du Bock, soit une progression de 17% par rapport à 2018.

Le mois d'août a recueilli le plus grand nombre de visiteurs dans les Casemates du Bock, avec un total de 29.487 visiteurs (participants du circuit Wenzel inclus), soit presque 1.000 visiteurs par jour en moyenne.

Tout au long de l'année, le Luxembourg City Tourist Office a accueilli dans les Casemates du Bock un total de 4.219 participants dans le cadre des différentes visites guidées régulières ; 3.019 personnes ont participé aux visites guidées des Casemates du Bock (3 visites par jour entre le 1^{er} avril et le 15 septembre) et 1.200 personnes les ont visitées dans le cadre du Circuit Wenzel (chaque samedi entre le 1^{er} mars et le 3 novembre).

En plus de ces visites régulières, 593 groupes de taille variable ont découvert les Casemates du Bock lors de visites guidées privées organisées par le Luxembourg City Tourist Office.

FRÉQUENTATION MENSUELLE DES CASEMATES DU BOCK ANNÉES 2017 / 2018 / 2019



Luxembourg Convention Bureau (Groupement d'intérêt économique)

En date du 29 novembre 2018 l'Etat luxembourgeois et la Ville de Luxembourg ont constitué le Luxembourg Convention Bureau GIE.

Les activités et compétences du département congrès du LCTO de même que celles du Cluster MICE Luxembourg gérées par le GIE Luxembourg For Tourism ont été intégrées en 2019 dans la nouvelle structure.

Pendant les mois de novembre 2018 à juin 2019, le directeur du LCTO a assumé parallèlement la fonction du Chief Executive Officer du LCB GIE. De même, les deux salariées de l'ancien département congrès du LCTO, fortes de leur expérience dans le secteur MICE, ont rejoint la nouvelle structure.

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

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

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

Les acteurs du secteur sont étroitement associés au projet par la voie d'un partenariat et représentés par un « Advisory Board ».



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



Impressum

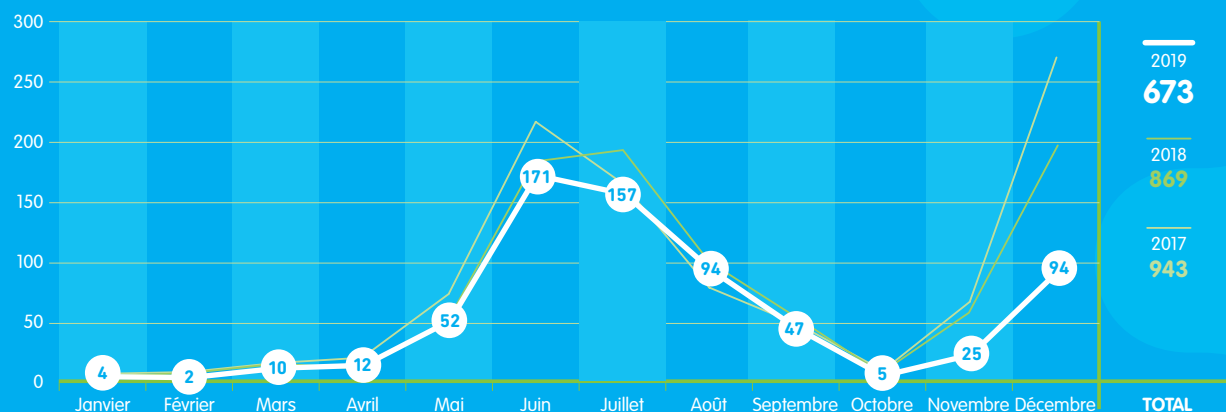
Editeur : Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l. | N°TVA : LU15621823 – R.C.S. Luxembourg F 754
Conception graphique : mv-concept.lu

Events & Culture

CHIFFRES CLÉS

NOMBRE DE MANIFESTATIONS CULTURELLES

ANNÉES 2017/2018/2019



En 2019, le service « Festivals & Concerts » du LCTO signait de nouveau responsable d'une programmation culturelle originale et de qualité : 673 événements culturels organisés par le LCTO ont échelonné l'année 2019 et ont ainsi contribué activement à l'attractivité et à la convivialité de la capitale. Concerts open-air ou en salle, festivals de musique, concert gratuits, concerts pour public averti ou grandes « fêtes » populaires, petits concerts ou grandes manifestations nécessitant un effort substantiel en logistique, musique classique, théâtre de rue, animations pour enfants – une palette riche et variée pour tous les goûts et tous les âges.

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

Passons en revue les multiples facettes de l'animation culturelle orchestrée par le LCTO en 2019.

Concerts de Midi

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

Plëss in concert

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

Klassik am Park

Le cycle estival de concerts et en plein air « Klassik am Park », organisé avec succès dans sa 7^{ème} année, a eu lieu cette année exclusivement au parvis de la Villa Vauban et présentait des ensembles de musique classique dans une ambiance conviviale. Le beau temps ayant été au rendez-vous, quatre concerts ont enchanté pendant les heures de midi un public aussi intéressé que décontracté.

Fête de la Musique

Depuis l'édition 2017, la date de la Fête de la Musique a été avancée au vendredi précédent la date officielle du 21 juin, donc en 2019 au vendredi, 14 juin sous le slogan « Luxembourg City-Capital of Music », l'offre musicale a aussi été décentralisée vers les différents quartiers de la ville comme Merl ou Kirchberg ainsi que vers les portes d'entrée majeures de la capitale comme la Gare Centrale, le P&R Bouillon et, nouveauté en 2019, le projet « D'Musek kënn bei d'Leit » au CIPA du Rham et à la Fondation Pescatore.

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

Outre les concerts proposés par le Conservatoire de la Ville de Luxembourg à la Place d'Armes, 45 groupes se sont partagés douze scènes installées sur différentes places au centre-ville. En partenariat avec le LCTO y participe également depuis 2016 l'asbl Bluebird qui s'est donnée comme mission la promotion de la scène musicale et artistique luxembourgeoise. Ainsi une quinzaine de groupes venant de différentes écoles de musique respectivement groupes et musiciens émergents ont occupé des lieux publics pour donner un aperçu sur leur créativité musicale.

Kinnekswiss loves ...

L'Orchestre National de Jazz Luxembourg a présenté le projet « Pierle vum Da » en date du 3 juillet 2019, ajoutant ainsi une 3^{ème} soirée au cycle « Kinnekswiss loves ... ».

Le 6 juillet 2019, la Kinnekswiss au parc municipal s'est transformée en immense aire de jeux musicale et a accueilli le grand concert en plein air de l'Orchestre Philharmonique du Luxembourg, accompagné de Sir Brian Terfel et de Mme Laura Fagen sous la baguette de Gustavo Gimeno. Le 7 juillet la scène a été réservée pour le grand ensemble du Conservatoire de la Ville de Luxembourg en collaboration avec l'Orchestre de Chambre de Luxembourg sous la direction de Marc Meyers.

Fête Nationale

La Fête Nationale est un rendez-vous pour tous. La veille de la Fête Nationale, le public s'est présenté comme tous les ans très nombreux et s'est laissé enflammer sur toutes les places publiques ainsi que dans les rues adjacentes. 56 groupes ont garanti une atmosphère digne de l'événement. A la Place Guillaume II et à la Place d'Armes, une programmation exclusivement luxembourgeoise a enthousiasmé le public, le Rap luxembourgeois a d'ailleurs trouvé sa propre scène à la Place du Théâtre. D'autre part le LCTO a également été intervenant en d'autres lieux comme à la rue du St-Esprit, Place Auguste Engel et Place de la Constitution. Le jour même de la Fête Nationale, le LCTO a organisé cinq concerts à la Place d'Armes.

Rock um Knuedler

L'édition 2019 en date du 12 juillet s'est jouée sur les scènes installées à la Place Guillaume II, à l'Eglise Protestante (avec des séances acoustiques) et dans la rue du St-Esprit.

Cette 29^{ème} édition s'est annoncée, tout comme l'édition 2018, comme un retour aux sources d'une culture festive en plein air avec une programmation 100% luxembourgeoise. Le public a largement apprécié cette formule et les 13 groupes programmés ont tous témoigné de qualité et de richesses musicales exceptionnelles.

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

Blues'n Jazz Rallye

Toujours considéré comme un des rendez-vous incontournables du « Summer in the City », la 25^{ème} édition du fameux rallye de blues et de jazz a été lancée le vendredi 26 juillet avec deux concerts en avant-première à la Brasserie Wenzel à neimënster. Le samedi 27 juillet, le programme s'est enchaîné dans les quartiers de Grund, Clausen et Pfaffenthal ainsi que près de la gare du funiculaire de Pfaffenthal-Kirchberg. Chiffres-clé de l'édition 2019 : presque 200 musiciens et 70 concerts ayant eu lieu dans les cafés, clubs et restaurants participants ainsi que sur 12 scènes en plein air, nichées au pied des remparts de l'ancienne forteresse classée « Patrimoine Mondial de l'UNESCO »

Streeta(rt)animation

Organisée en pleine saison touristique, la 25^{ème} édition de la « Streeta(rt)animation » a de nouveau connu un énorme succès populaire. Pendant les deux journées du festival, le vendredi 2 et le samedi 3 août, 30 groupes internationaux ont transformé le centre-ville en scène théâtrale vivante et ont offert 95 spectacles gratuits au total. Certains spectacles étaient fixes, d'autres ambulants et permettaient un contact très spontané avec le public. Les soirées ont fini en beauté avec un spectacle d'acrobatie à la Place Guillaume II, laissant repartir les visiteurs la tête pleine de beaux souvenirs.

MeYouZik

Créé en 2007, l'événement MeYouZik a pour but de favoriser la découverte de musiques de tous les horizons et invite ainsi à un voyage musical de sonorités inédites. En 2018 la décision a été prise de reporter la date du festival de juillet en août. Cette décision a été prise en vue de positionner le festival indépendamment du Rock um Knuedler avec la volonté d'organiser un événement autour du jour de l'Assomption. Ainsi le mercredi 14 août et le jeudi 15 août, 18 groupes ont été garants d'un festival haut de gamme. Le festival s'est déroulé à la Place Guillaume II, dans la rue du St-Esprit ainsi que sur la Place d'Armes.

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

Animations Winterlights

Du 22 novembre au 24 décembre d'innombrables lumières illuminaient la ville. Une multitude d'événements – concerts, animations, expositions et spectacles, sans oublier les marchés de Noël à la Place d'Armes, Place de la Constitution, Place Guillaume II (Pati-noire) et Place de Paris – composés en tout de 114 événements, parmi lesquels des concerts publics et des animations pour enfants ont donné à cet hiver sombre et humide une ambiance chaleureuse et unique en son genre.

RÉPARTITION MENSUELLE DES MANIFESTATIONS CULTURELLES

organisées par le service « Festivals & Concerts » pendant l'année 2019

Événement	Jan	Fév	Mars	Avr	Mai	Juin	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Total
Journée de l'Europe					12								12
Fête de la Musique						70							70
Fête Nationale						56							56
Kinnekswiss loves ...							4						4
Rock um Knuedler							13						13
Blues 'n Jazz Rallye							70						70
Streeta(rt)animation / Groupes								30					30
MeYouZik								18					18
Animations Winterlights											22	92	114
Concerts de midi	2	2	2	1						2	2	2	13
Klassik am Park						1	2	1					4
LCTO en salle	1												1
Concerts Publics, Place d'Armes			1	7	33	40	64	43	42				230
Concert public, Place de Paris							1						1
Manif. diverses, Place d'Armes	1		7	4	7	4	3	2	5	3	1		37
Total mensuel	4	2	10	12	52	171	157	94	47	5	25	94	673



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



Impressum

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

General Services

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

Information Technologies

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

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

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

Administration & Accounting

Comptabilité et finances

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

Secrétariat social et ressources humaines

Grâce au système de pointage et à l'interface, les salariés peuvent gérer leurs horaires de travail efficacement. L'outil permet également de faciliter la gestion des pointages et du registre des congés. S'y ajoutent toutes les tâches administratives liées au recrutement de personnel permanent et temporaire, de salariés occasionnels, d'étudiants et de stagiaires.

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

Statistiques

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

Partenaires



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



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



VILLE DE
LUXEMBOURG



LET'S MAKE IT HAPPEN



VISIT
LUXEMBOURG



CLUSTER MICE LUXEMBOURG
member



LUXEMBOURG
Congrès



ICCA
Member



EUROPEAN CITIES MARKETING
MEMBER
MEET EUROPEAN CITIES



UCVL
Union Commerciale
de la Ville
de Luxembourg



aivfc
Association Internationale
des Villes Francophones de
CONGRÈS
ENRICHISSEMENT NOS RENCONTRES



agence Luxembourgeoise
d'action culturelle
alac



ASSOCIATION
DES CHÂTEAUX
LUXEMBOURGEOIS



VILLES
QUATTROPOLE
LUXEMBOURG
METZ
SARREBRUCK
TRÈVES



BUSINESS EVENTS
LUXEMBOURG

Les affiliations nationales et internationales

Au niveau national, le LCTO est

- membre du GIE Luxembourg for Tourism ;
- actionnaire de la société anonyme Luxembourg Congrès ;
- membre de l'Association des châteaux luxembourgeois ;
- membre du Cluster MICE Luxembourg ;
- membre du Comité d'accompagnement du tramway.

Au niveau municipal, le LCTO est membre du Comité de gérance du « Cercle Cité » à Luxembourg et participe aux discussions menées au sein du groupe de travail « comité de pilotage de l'événementiel ». Le directeur du LCTO est représentant de la Ville de Luxembourg aux organes décisionnels de l'Agence luxembourgeoise d'action culturelle (ALAC) et du Luxembourg Convention Bureau GIE.

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

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

Les partenariats institutionnels et privés

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

Les partenariats Média

En 2019, le Luxembourg City Tourist Office a maintenu des partenariats media avec RTL Radio Lëtzebuerg, RTL Télé Lëtzebuerg, Radio 100,7, Eldorado, Radio Latina, l'Essentiel, Tageblatt, le Quotidien ainsi que Revue dans le contexte des festivals Summer in the City, Kinnekswiss loves..., Rock um Knuedler, Blues'n Jazz Rallye, Streeta(r)timation et MeYouZik. Nous les en remercions chaleureusement.

Le Sponsoring

En 2019, des partenariats avec SACEM, LEO Luxembourg Energy Office S.A., Bernard-Massard, Voyages Emile Weber, Sales-Lentz, Binsfeld et Foyer S.A. ont été établis pour la campagne Summer in the City et ses événements (gratuits pour le grand public) : Kinnekswiss loves..., Rock um Knuedler, Blues'n Jazz Rallye, Streeta(rt)nimation et MeYouZik. Les contreparties offertes par le Luxembourg City Tourist Office sont par conséquent axées essentiellement sur le transfert d'image, en utilisant tous les moyens à disposition et en faisant gagner aux sponsors une visibilité sur les campagnes de communication avec les logos ou espaces réservés sur tous les documents promotionnels (affiches, dépliants, mention dans les communiqués de presse et le dossier de presse), sur les sites et landing pages internet, et bien sûr sur les lieux des événements avec des calicots, de la diffusion de films publicitaires sur écran ou de l'attribution d'une scène lors d'un festival.

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



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



Impressum

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