

RAPPORT ANNUEL 2017

CHIFFRES CLÉS

184.374

Contacts à l'information
touristique

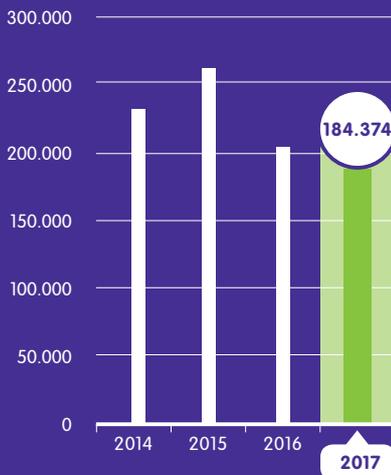
6.873

Tours guidés

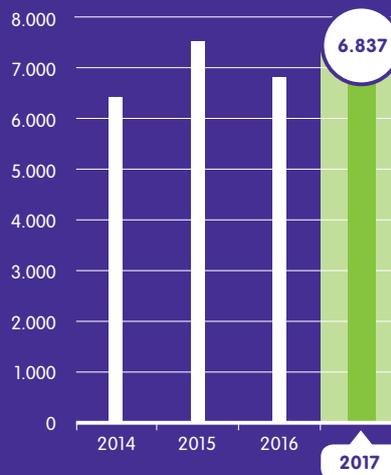
136.037

Visiteurs aux casemates
du Bock

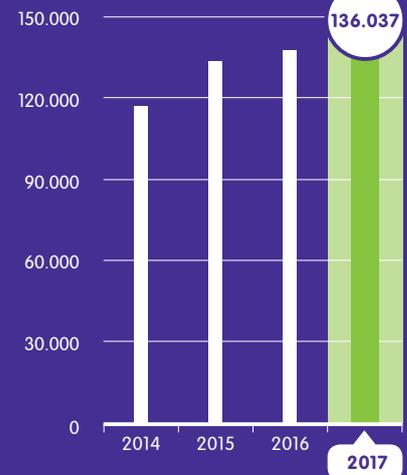
NOMBRE DE VISITEURS
INFORMATION TOURISTIQUE
(BUREAU D'ACCUEIL + LUXEMBOURG
JACKETS) DE 2014 À 2017



NOMBRE DE TOURS GUIDÉS
ORGANISÉS PAR LE LCTO
DE 2014 À 2017



NOMBRE DE VISITEURS
DES CASEMATES DU BOCK
DE 2014 À 2017



901

Tours guidés
en août 2017

1.700

Tours
en langue
anglaise

1.630

Tours
en langue
allemande

833

Tours bilingues
en langues française/
allemande

943

Evénements culturels
(co-)organisés
par le LCTO

10.617

Visiteurs
au Palais
grand-ducal

17.163

Pages likes
sur facebook

Le Conseil d'administration

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

Président de patronage

Madame le Bourgmestre Lydie POLFER

Délégué de la Ville

Monsieur l'Echevin Patrick GOLDSCHMIDT

Président

Monsieur Marc ANGEL

Vice-présidents

Monsieur Wolfgang SCHROEDER

Monsieur Nico MARGUE

Trésorier

Monsieur Alain RIX

Membres

Monsieur Germain BIRGEN

Monsieur Carlo CRAVAT

Madame Anne DARIN

Monsieur Hubert GLESENER

Monsieur Marcel GOERES

Monsieur Roger HAMEN

Monsieur François KOEPP

Monsieur Patrick LAMESCH

Madame Renée NOESEN

Présidents d'honneur

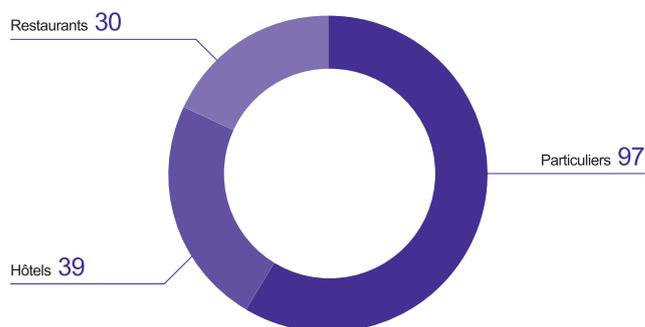
Monsieur le Dr Jean GOEDERT

Monsieur Jean-Pierre WAGENER

Directeur honoraire

Monsieur Roland PINNEL

Les Membres



Le Bureau exécutif

Président

Monsieur Marc ANGEL

Vice-présidents

Monsieur Wolfgang SCHROEDER

Monsieur Nico MARGUE

Trésorier

Monsieur Alain RIX

La Direction

Directeur

Tom BELLION

Directrice adjointe

Martine VOSS

Le Staff

SALES & OPERATIONS

Head of Sales & Operations
Tanja BOLLENDORF

Luxembourg Convention Bureau
Tiziana CARUSO
Carola JACOBS
Sarina MIGGE
Catherine SCHWARTZ
Patrick STOFFEL

Guided Tours
Nadine KNEPPER
Diane OLINGER
Germain WEBER

Information Desks & Hospitality
Yana ANGEL
Jean-Claude CONTER
Monique DAHM
Claude FELTES
Chantal FLAMMANG
Nadia GRAI
Diane MAJERUS
Liliane NILLES
Catherine SCHWARTZ
Eric SPAUTZ
Natascha STEICHEN-BONIFAS
Luc THILLMANN

EVENTS & CULTURE

Head of Events & Culture
Marie KÜHL

Festivals & Concerts
Alex ARENDT
Serge BAUSCH
Roby SCHULER
Luc THILLMANN

MARKETING

Head of Marketing
Antje VOSS

Promotion & Product Development
Maryline ARTHKAMP
Marc JECK

Public Relations
Maryline ARTHKAMP
Cathy GIORGETTI

GENERAL SERVICES

Information Technologies
David DE OLIVEIRA

Administration & Accounting
Maisy COLLES
Monique DAHM
Judith DIAS
Miriam GOUVERNEUR
Jill RIPPINGER

DÉLÉGATION DU PERSONNEL

Luc THILLMANN
Président

Maryline ARTHKAMP
Secrétaire et déléguée
à l'égalité des chances

Patrick STOFFEL
Délégué à la sécurité

Extrait des statuts du Luxembourg City Tourist Office

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

Art. 2. L'association a pour but

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

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

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



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

Impressum

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

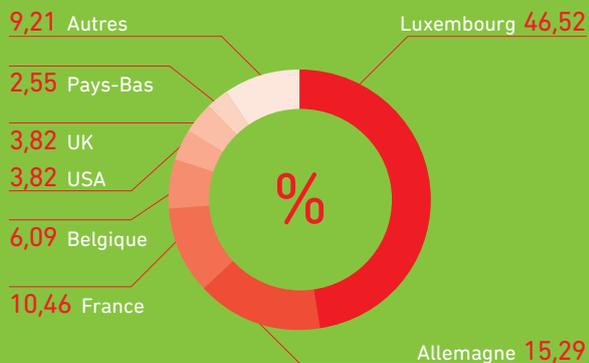


Marketing

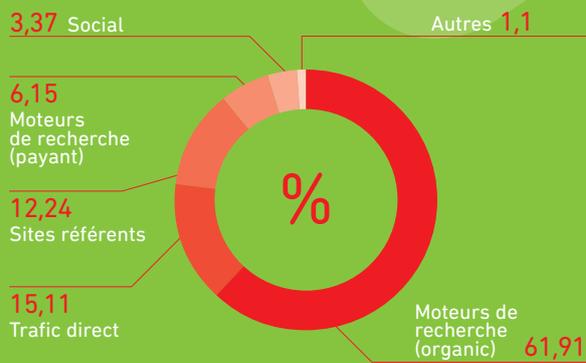
CHIFFRES CLÉS

SITE WWW.LUXEMBOURG-CITY.COM

Fréquentation par pays



Source de trafic



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

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

Promotion & Product Development

Foires, workshops et actions de sensibilisation

Le LCTO a maintenu en 2017 sa présence sur les foires et workshops touristiques et professionnels, permettant ainsi de promouvoir davantage les atouts de Luxembourg auprès des décideurs et visiteurs potentiels.

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

- la 3^e édition de l'« Explore Luxembourg » en date du 14 et 15 avril 2017 ;
- la présence du LCTO dans le cadre de sa coopération avec les villes partenaires de QuattroPole ;
- la participation du LCTO et du LCB à la promotion commerciale effectuée par le Ministère de l'Economie aux salons internationaux et/ou lors d'une mission économique au Japon.

Développement de produits

Conformément aux objectifs fixés par le plan marketing, le LCTO a accordé une grande importance à la promotion des Casemates du Bock en tant que site touristique, avec de bons résultats au niveau du nombre des visiteurs.

Le LCTO a également renforcé la promotion de ses visites guidées auprès du public local et international. Dans ce contexte, les services du LCTO ont amorcé des réflexions en vue de revisiter certains produits en fonction des nouvelles attractions et concepts de mobilité douce inaugurés en 2017 en la capitale.

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, Pays-Bas, Royaume-Uni.

Parmi ces marchés, le LCTO a visé en premier lieu le marché allemand, toujours le premier marché-source en matière de tourisme urbain. Des annonces ciblées essentiellement sur le thème de la famille ont ainsi été publiées dans des magazines spécialisés. D'autres publications bien ciblées ont été réalisées avec des partenaires comme QuattroPole, Luxembourg for Tourism, le Ministère de l'Economie...

Considérant l'importance et les potentiels du marché domestique, le Luxembourg City Tourist Office a cherché activement une coopération avec des fédérations et groupements luxembourgeois tels que Luxembourg Air Rescue, Gaart an Heem, Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils, Union Grand-Duc Adolphe ou encore Fédération des Hôpitaux Luxembourgeois.

Matériel de promotion

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

Editions touristiques

Les brochures touristiques professionnelles (b-to-b), touristiques (b-to-c) et culturelles continuent à être un important vecteur d'information pour la clientèle du Luxembourg City Tourist Office. Chaque support édité existe en version papier et/ou digitale sur le site www.luxembourg-city.com/fr/mediatheque. En 2017, 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.

La brochure-catalogue annuelle « Visit Luxembourg » (DE, FR, EN) s'adresse primordialement aux opérateurs touristiques, associations et groupes qui souhaitent planifier leur séjour à Luxembourg. Faisant figure de véritable catalogue de vente, cette publication renseigne sur les diverses visites guidées dans la capitale, les excursions dans les différentes régions du Grand-Duché, les attractions touristiques et les musées de la capitale, les arrangements forfaitaires, mais aussi les événements et expositions à ne pas manquer en 2018. « Visit Luxembourg » est distribué aux foires, salons et workshops touristiques, auprès des tour opérateurs et professionnels du tourisme, dans le bureau d'information du Luxembourg City Tourist Office et ainsi que dans les pochettes de documentation en vente.

Le guide touristique « Discover Luxembourg » a été réédité en trois langues (FR, DE, EN) et décrit les attractions les plus importantes de la capitale et sert de source d'informations pratiques. Le dépliant relatif au « Circuit Wenzel » illustre un des circuits guidés les plus populaires de la capitale et a été réédité en versions FR, DE et EN. De même, le dépliant relatif au circuit « City Promenade » a été réédité en langue FR et EN. Des flyers promotionnels et des dépliants relatifs aux visites des Casemates du Bock et du Palais grand-ducal ont été largement distribués.

Public Relations

Actions de communication

A travers ses multiples actions de communication 2017, le Luxembourg City Tourist Office a :

- contribué à améliorer l'image de marque touristique de la capitale et du pays, Luxembourg dynamique, ouvert et fiable ;
- ciblé les marchés de proximité (L, DE, FR, BE, NL, UK) les plus porteurs à travers des campagnes de publicité thématiques ;
- axé ses messages-clé sur l'attractivité de Luxembourg en tant que destination tendance pour les séjours de courte durée, sur la beauté de la forteresse, le patrimoine UNESCO à Luxembourg, l'offre culturelle, le shopping et les atouts de Luxembourg en tant que ville de congrès et d'affaires ;
- amélioré son site internet www.luxembourg-city.com (anciennement www.lcto.lu), tout en augmentant sa visibilité grâce aux techniques de SEO ;
- renforcé 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 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 LCTO sont régulièrement reprises dans les médias.

Journalistes et bloggers en reportage à Luxembourg

En 2017, le Luxembourg City Tourist Office a accompagné – souvent en coopération avec Luxembourg for Tourism - une centaine de journalistes, de bloggers et d'influenceurs en reportage dans la capitale et les a épaulés à travers la mise à disposition de contenus et d'informations, des programmes personnalisés, l'organisation d'interviews, l'aide lors de plans de tournages, la 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.

Site web www.luxembourg-city.com

Le site www.luxembourg-city.com (anciennement www.lcto.lu) est le site officiel de la ville de Luxembourg en tant que destination touristique. Le but de ce changement d'adresse électronique est de favoriser une visibilité accrue sur les moteurs de recherche et d'anticiper les modes de navigation et les attentes des utilisateurs.

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).

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 personnes de la Grande-Région à la recherche de bons plans.

Côté performances, le site www.luxembourg-city.com a enregistré les chiffres suivants : 460.895 visiteurs uniques (+13,36%) dont 82,2% sont des visiteurs nouveaux, 643.503 sessions (+15,66%), 1.611.094 pages vues (+8,99%). Peu de changements au niveau des origines des visiteurs : 46,52% proviennent du Luxembourg, 15,29% de l'Allemagne, 10,46% de la France et 6,09% de la Belgique. Les augmentations de trafic les plus notoires en 2017 en termes de pourcentages proviennent de l'Espagne (+56,66%), de la Grande-Bretagne (+26,05%), des Pays-Bas (+23,36%), du Luxembourg (+18,94%), de la Belgique (+18,48%), des Etats-Unis (+17,71%) et de la France (+7,87%). L'agenda culturel, les infos liées aux festivals et événements et les visites guidées sont les contenus les plus recherchés.

Les consultations mobiles représentent 44,48% des recherches totales, contre 45,95% de consultations desktop et 9,57% de tablets. Les trois sources majeures du trafic sont aujourd'hui : les moteurs de recherche (61,9%), l'accès direct (15,1%) et les sites référents (12,2%). Le samedi, 29 juillet, date du festival « Blues'n Jazz Rallye », le site web a enregistré 8.531 visites, le record de consultation de l'année.

Réseaux sociaux - Facebook, Twitter, Instagram

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

En complément de la création d'événements et des posts réguliers, plusieurs campagnes Facebook Ads autour des festivals estivaux et attractions touristiques à visiter ont suscité beaucoup d'intérêt et ont mené les clients aux diverses landing pages de www.luxembourg-city.com. Fin 2017, la page FB est aimée par 17.163 personnes (+42,73%). Les top fans de la page sont, en très large partie, les résidents luxembourgeois, suivis des résidents français, belges, allemands et néerlandais.

Campagnes de communication autour des festivals urbains

Le Luxembourg City Tourist Office reste 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 2017, les festivals Printemps Musical, Explore Luxembourg, Summer in the City, Fête de la Musique, MeYouZik, Rock um Knuedler, Blues'n Jazz Rallye, Streeta(rt)nimation, les séries de concerts « Plëss in concert », « Concerts de Midi » et « Concerts de Noël » ainsi que les concerts en plein air avec l'Orchestre Phiharmonique du Luxembourg et la Musique Militaire Grand-Ducale ont gagné en notoriété grâce à des campagnes d'information en ligne, virales, radio, tv, de flyer, direct mailing et d'affichage dans l'espace public.

Chaque festival bénéficiant de son propre domaine web, le LCTO gère :

- six microsites web festivals:

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

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

les Concerts de Midi

le programme de la Fête de la Musique dans la capitale

le « Luxembourg Light Festival »



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

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

Impressum

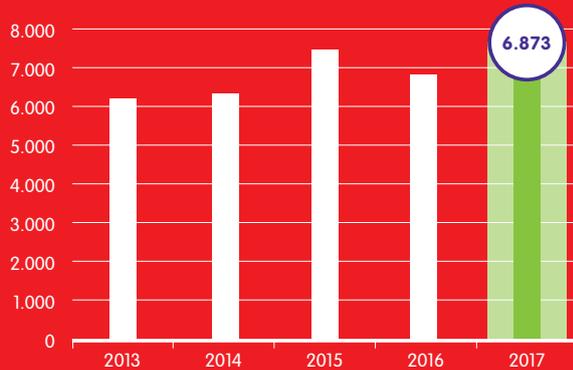
Editeur : Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l. | N°TVA : LU15621823 – R.C.S. Luxembourg F 754
Conception graphique : www.mv-concept.lu



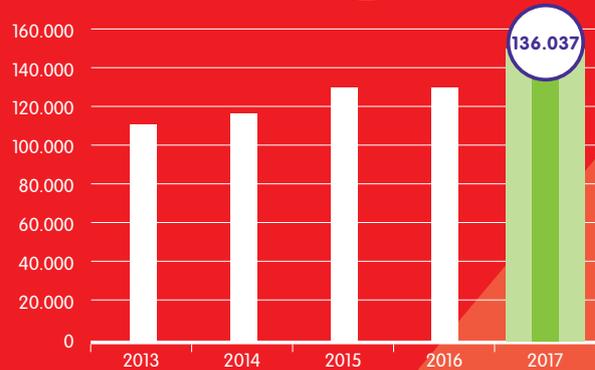
Sales & Operations

CHIFFRES CLÉS

NOMBRE DE TOURS GUIDÉS
ORGANISÉS PAR LE LCTO
DE 2013 À 2017



NOMBRE DE VISITEURS
DES CASEMATES DU BOCK
DE 2013 À 2017



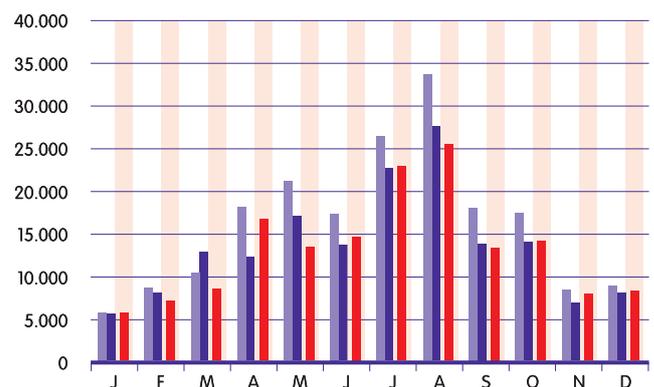
Le département « Sales & Operations » regroupe l'ensemble des services et personnels impliqués au niveau de la vente des produits et qui sont en contact direct avec les visiteurs de la ville et autres tiers. Il englobe les services Information Desks & Hospitality, Guided Tours, Casemates et Luxembourg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

Information Desks & Hospitality

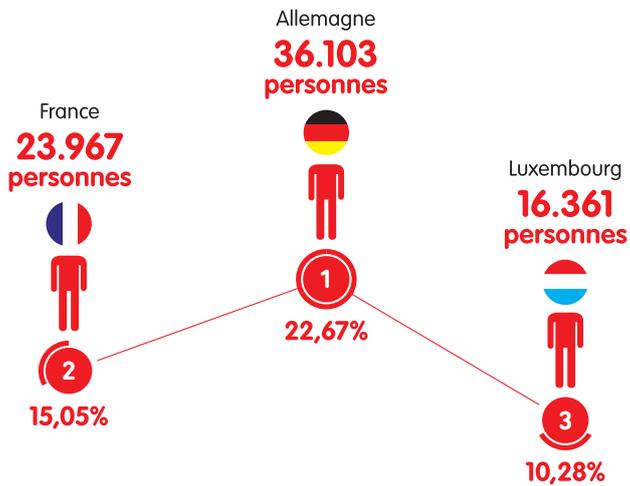
L'équipe « Information Desks & Hospitality » comprend les équipes du Front Office, en contact direct avec les visiteurs de la ville, ainsi que le Back Office, en charge – entre autres - des contacts via téléphone et internet. Les services offerts sont multiples allant de l'information touristique-culturelle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

Le bureau d'accueil du LCTO à la Place Guillaume II, ouvert sept jours sur sept, est le point d'information et d'accueil central des touristes visitant la ville de Luxembourg, voire le Grand-Duché. En 2017, l'équipe a pris en charge 184.374 visiteurs au total, dont 159.221 dans l'enceinte du bureau d'accueil Place Guillaume II et 25.153 dans le cadre de son information mobile estivale, les « Luxembourg Jackets ».

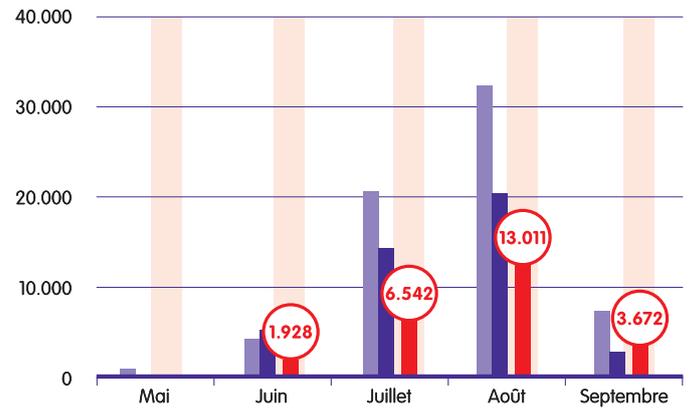
FRÉQUENTATION MENSUELLE DU BUREAU D'ACCUEIL
ANNÉES 2015 / 2016 / 2017



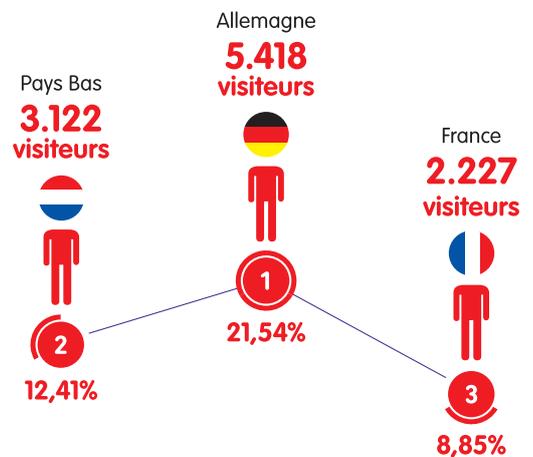
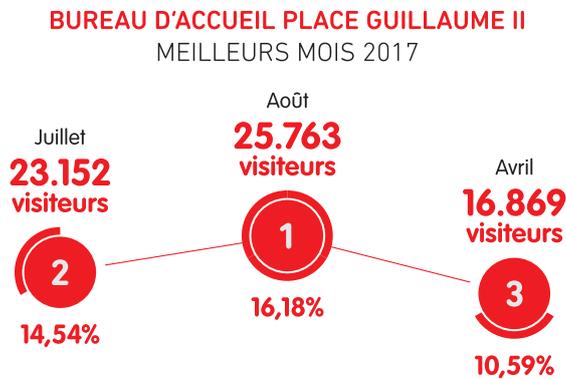
BUREAU D'ACCUEIL PLACE GUILLAUME II PODIUM DES PAYS DE RÉSIDENCE 2017



FRÉQUENTATION LUXEMBOURG JACKETS ANNÉES 2015 / 2016 / 2017



LUXEMBOURG JACKETS PODIUM DES PAYS DE RÉSIDENCE 2017



Guided tours

En 2017, 6.873 visites guidées de la ville de Luxembourg ont été organisées, dont des visites régulières pour individuels, des visites de lieux touristiques spécifiques comme le Palais grand-ducal ou les casemates du Bock, ou des visites sur mesure pour groupes. En général, le niveau des visites reste élevé, mais n'atteint pas les chiffres record des années 2015 et 2016.

L'offre des circuits thématiques est très variée et comprend 36 tours ou forfaits différents.

Trois visites sont organisées tout au long de l'année sans contrainte de réservation au préalable, à savoir la City Promenade, la City Promenade by Night et le circuit Wenzel. Des visites guidées des casemates du Bock et du Palais grand-ducal sont également organisées sur base régulière, mais pendant une période limitée.

Quant aux tours thématiques sur demande qui sont organisés pour des voyageurs, pour des associations, écoles, universités, groupes privés ou autres, la combinaison ville et cimetière militaire américain a été la plus populaire en 2017 (305 réservations), suivi par le circuit Wenzel (169 réservations) et la City Promenade for Kids (80 réservations).

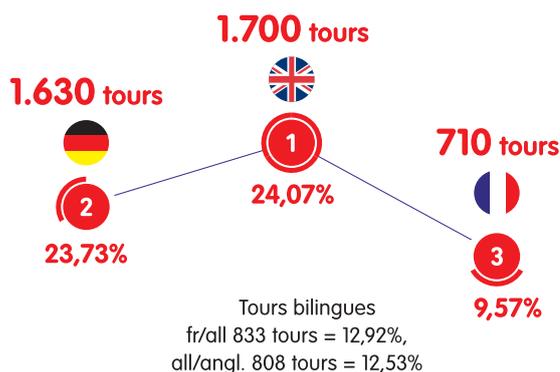
Tout au long de l'année, des tours sont offerts en 27 langues. L'Anglais est la langue la plus fréquente (1.700 tours en 2017), suivi par l'Allemand (1.630 tours). Les tours bilingues Français/Allemand (833 tours) et Allemand/Anglais (808 tours) figurent en 3^e et 4^e position, suivi par des tours monolingues en Français (710 tours) et en Luxembourgeois (372 tours).

Nouveauté en 2017 : deux tours thématiques pour individuels avec caractère événementiel. Pour la journée du Saint Nicolas (6 décembre) des « City Promenade for Kids » ont été organisées avec une rencontre du « Kleeschen » dans le bureau d'accueil du LCTO. Lors du « Luxembourg Light Festival » (15 – 17 décembre), des « City Light Promenades » ont été conçues : les installations du festival ont été intégrées dans le circuit d'une City Promenade, permettant aux participants de bénéficier non seulement d'informations sur l'histoire de la ville, mais aussi d'explications sur les artistes du festival et leurs œuvres. Dans un but de promouvoir la ville et son festival, les « City Light Promenades » ont été vendues à un tarif spécial, et chaque participant s'est vu remettre un bon pour une boisson sur le marché de Noël. L'action était un franc succès. Intégrée dans la campagne de promotion du Luxembourg Light Festival, qui a été organisée en étroite coopération avec la Ville de Luxembourg, les six « City Light Promenades » ont attiré un total de 166 participants. A ces promenades s'ajoutent 3 groupes qui ont réservé leur guide privé pour une City Light Promenade.

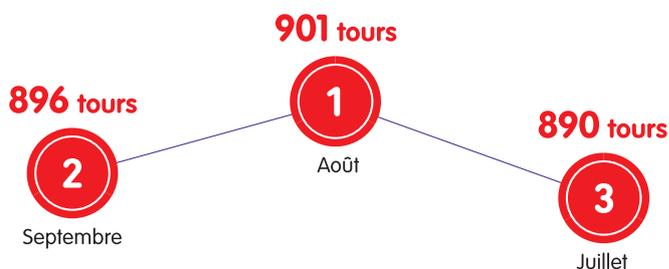
TOURS GUIDÉS RÉPARTITION LINGUISTIQUE 2017

Langues	Visites guidées	Visites Palais	Total visites	%
Anglais	1552	148	1700	24,07
Allemand	1530	100	1630	23,73
Français / Allemand	833		833	12,92
Allemand / Anglais	808		808	12,53
Français	617	93	710	9,57
Luxembourgeois	329	43	372	5,10
Nederlands	189	42	231	2,93
Ang./Luxembourgeois	184		184	2,85
Espagnol	149		149	2,31
Anglais / Français	58		58	0,90
Italien	57		57	0,88
Japonais	34		34	0,53
Russe	30		30	0,47
Luxemb. / Français	17		17	0,26
Portugais	15		15	0,23
Luxemb. / Allemand	13		13	0,20
Nederlands / Anglais	10		10	0,16
Hongrois	7		7	0,11
Tchèque	6		6	0,09
Français / Nederlands	5		5	0,08
Suédois	3		3	0,05
Anglais / Espagnol	1		1	0,02
TOTAL	6447	426	6873	100

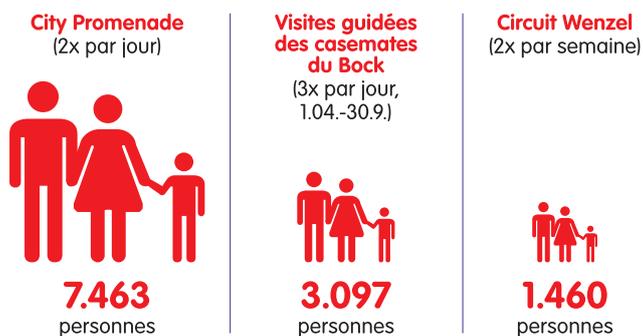
TOURS GUIDÉS PODIUM LANGUES 2017



TOURS GUIDÉS MEILLEURS MOIS 2017



PARTICIPATION AUX TOURS GUIDÉS RÉGULIERS EN 2017



NOMBRE DE TOURS GUIDÉS ORGANISÉS PAR LE LCTO DE 2014 À 2017



Casemates

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

Les casemates du Bock avec la crypte archéologique, situées montée de Clausen, ont été visitées par 136.037 touristes en 2017, une progression de 4,9% par rapport à l'année précédente. Les mois d'août (27.382 entrées), de juillet (23.619 entrées) et d'avril (16.874 entrées) ont vu la plus grande affluente de visiteurs.

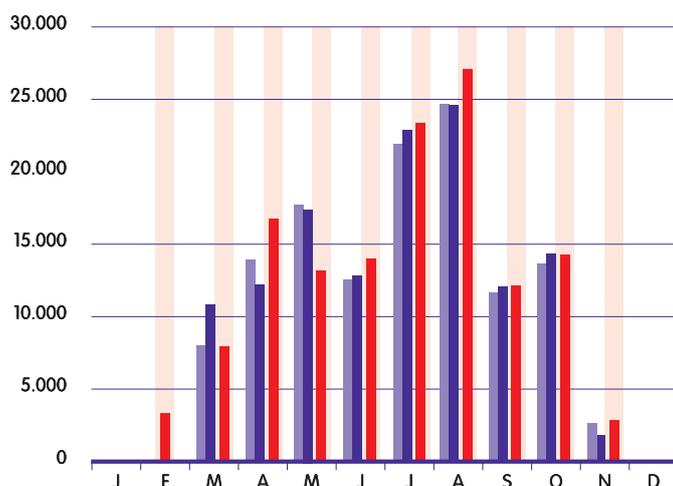
Pour la deuxième année consécutive, les heures d'ouverture ont été prolongées entre avril et septembre. Pendant cette période, 12% des ventes se faisaient dans la tranche élargie de 17h00 à 20h00.

La médiation du patrimoine se faisait via le biais de trois visites guidées par jour entre le 30 avril et le 30 septembre. Des guides multilingues étaient disponibles à 11h00, à 16h00 et à 18h00. En total, plus de 3.000 personnes ont profité de cette offre.

Des nocturnes avec animations culturelles ont été organisées à des occasions spécifiques, à savoir : la Fête de la Musique (16 juin), le festival MeYouZik (15 juillet), Rock um Knuedler (16 juillet), Blues'n Jazz Rallye (29 juillet), Streeta(rt)animation (11 et 12 août). A ces occasions, les casemates ont été transformées en lieu de spectacle, et les programmations ont attiré une clientèle supplémentaire.

Notons dans ce contexte que les casemates prêtent également un cadre extraordinaire pour des tournages de films, des photoshoots pour mariages ou communions, des réceptions et des cocktails. En 2017, neuf réceptions et événements ont été organisés dans les casemates par des tiers.

FRÉQUENTATION MENSUELLE DES CASEMATES DU BOCK ANNÉES 2015 / 2016 / 2017



Luxembourg Convention Bureau

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

Un service spécialisé à la croisée des chemins du secteur MICE

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

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

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

En 2017, l'équipe du LCB a travaillé avec beaucoup d'engagement à la promotion de la destination « Grand-Duché » auprès des différents acteurs du secteur MICE à l'étranger.

Le LCB a par ailleurs représenté la destination sur les salons professionnels majeurs IMEX à Francfort et IBTM à Barcelone, ainsi que lors du Congrès ICCA (Prague).

Afin d'attirer de nouveaux congrès internationaux au Luxembourg, le LCB a répondu aux appels d'offre en envoyant aux organisateurs de congrès des dossiers de candidature (Bid Books) incluant une offre de la destination en répondant très précisément à tous les critères spécifiques du cahier de charges émis par l'organisateur. Ainsi, des Bid Books ont été réalisés avec les partenaires adéquats pour des événements planifiés pour 2018, 2019 voire 2020.

En outre, l'équipe du LCB a contacté des organisateurs de congrès (associations et fédérations) basés à l'étranger afin de soumettre une candidature pour leur prochain congrès.

En 2017, la destination a accueilli, selon les informations recueillies par le LCB, des événements majeurs tels que:

- ITAS 2017 : International Transfer Agency Summit – 150 participants
- ALFI European Asset Management – 300 participants
- TO-BE Spring Meeting 2017 – 120 participants
- Paul Würth SA – 125 participants

- ICT Spring – 1.200 participants
- LucCLIN Conference – eClinical Research : getting virtual and personal – 150 participants
- 43^e session de l'Assemblée Parlementaire de la Francophonie Administration Parlementaire – 3.000 participants
- Life Cycle Management – 500 participants
- 11th European Congress of Mental Health in Intellectual Disability – Better Mental Health for People with Intellectual Disability – 510 participants
- EnviroInfo2017 – 140 participants
- ALFI Global Distribution Conference – 350 participants
- International Symposium on Molecular Allergology 2017 – 300 participants
- The Future of Materials Summit – 700 participants
- Nanoaugmented Materials Industry Summit 2017 – 450 participants
- NewSpace Europe – 350 participants
- ALFI PE & RE Conference – 250 participants
- European Microfinance Week (EMW) – 490 participants

Conseil et aide à l'organisation

Via son système de réservation en ligne, le LCB a traité les réservations de chambres d'hôtels pour 10 manifestations, dont 5 congrès.

Dans le cadre de sa mission de conseil, le LCB a traité 362 demandes (majoritairement pour des congrès/conférences, événements et réunions/séminaires). 41% des demandes sont parvenues en direct des entreprises de différents secteurs, 22% d'agences, 15% d'institutions, 12% d'associations et 10% de personnes privées. 27,92% de ces 362 demandes nous ont été transférées par Luxembourg for Tourism.

Marketing

Les activités marketing se sont concentrées sur la mise à jour du site www.lcb.lu ainsi que des référencement dans des « venue finders », et sur la communication dans la presse spécialisée pour décideurs et organisateurs de congrès et événements. Les campagnes comprenaient des reportages et publi-reportages print et online sur les marchés cibles (D, F, B, NL, UK). Parmi les supports choisis comptent Voyages et Stratégies, ICJ Magazine, Tagungswirtschaft, Association Meetings International, Manager & Seminare ou bien Verbände Report.

Cluster MICE Luxembourg

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

Les membres de l'équipe du LCB se sont particulièrement engagés au niveau du Bureau Exécutif et des commissions « Bid Book », « Hospitalité – accueil - mobilité » et « Ambassador Programme ».



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



Impressum

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

Events & Culture

CHIFFRES CLÉS

NOMBRE DE MANIFESTATIONS CULTURELLES

ANNÉES 2015/2016/2017



En 2017, le service « Festivals & Concerts » du LCTO signait de nouveau responsable d'une programmation touristique-culturelle originale et de qualité: 943 événements culturels organisés par le LCTO ont échelonné l'année 2017 et ont ainsi contribué activement à l'attractivité et à la convivialité de la capitale. Concerts open-air ou en salle, festivals de musique, concerts gratuits et payants, concerts pour public averti ou grandes « fêtes » populaires, petits concerts ou grandes manifestations nécessitant un effort substantiel en logistique, musique classique, théâtre de rue, spectacle son et lumière, 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 2017.

Concerts de Midi

Les « Concerts de Midi » (janvier à mars et octobre à décembre), offerts gratuitement pendant les heures de midi ont de nouveau enchanté un grand public et animé les différents lieux de spectacle : l'Église Protestante, le CIPA « op der Rhum », le grand auditoire du conservatoire de la Ville, la salle Robert Krieps à Neimënster et – comme déjà une première fois en 2016 - l'Église St Mathieu au Pfaffenthal, devenu facilement accessible depuis l'ouverture du nouvel ascenseur panoramique. A part les grands noms, figuraient à l'affiche des solistes moins connus du Luxembourg et de la Grande Région et traditionnellement les tout jeunes solistes du concours européen de l'UGDA. Diversité musicale garantie !

Klassik am Park

Le cycle de concerts estival et en plein air « Klassik am Park », organisé avec succès dans sa 5e année, a eu lieu exclusivement au parvis de la Villa Vauban et présentait des ensembles de musique classique dans une ambiance conviviale. Malheureusement le beau temps n'était pas toujours au rendez-vous.

Printemps Musical – festival de Luxembourg

La participation d'artistes venant des quatre coins du monde (États-Unis, Israël, Belgique, Turquie, Norvège et Colombie) fait preuve du caractère cosmopolite, d'une ouverture et d'un mélange très poussé de styles, un amalgame subtil de sonorités universelles. Vedettes de l'édition 2017 étaient sans doute Noa, Steve Gadd, Billy Cobham, Rebekka Bakken, Yuri Buenaventura, BJ Scott sans oublier les découvertes tels que Snow Owl, Belem & Friends et Akua Naru.

Concerts publics

330 concerts 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.

Fête de la Musique

Le concept de la Fête de la Musique a été complètement revu pour l'édition 2017. Avec le quadruple objectif (1) de mieux étaler les événements autour de la (Veille de la) Fête Nationale, (2) de garantir un calendrier événementiel estival équilibré et attractif, (3) d'améliorer la visibilité et (4) de renforcer l'identité de la Fête de la Musique dans la capitale luxembourgeoise, la décision a été prise d'avancer la date de la Fête de la Musique du 21 juin au vendredi précédent cette date officielle, donc au vendredi 16 juin. Autre nouveauté : l'offre musicale a 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 l'Aéroport de Luxembourg.

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, une cinquantaine de groupes se sont partagés douze scènes installées sur différentes places dans le centre-ville.

Y participe également depuis 2016 l'asbl Bluebird qui a 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.

Concert OPL – Kinnekswiss

Grande Première pour l'Orchestre Philharmonique du Luxembourg au parc municipal ! Le 21 juin, la Kinnekswiss s'est métamorphosée en immense aire de jeux musicale et a accueilli le grand concert en plein air « Kinnekswiss goes Pops » proposé par l'Orchestre Philharmonique du Luxembourg, accompagnée de la vocaliste de jazz de renommée internationale China Moses et sous la baguette de Gast Waltzing. Sous des températures estivales, des milliers de spectateurs ont su apprécier un concert de haute qualité dans un environnement exceptionnel. Succès garanti pour cet événement estival organisé par la Ville de Luxembourg et le Luxembourg City Tourist Office.

Fête Nationale

La Fête Nationale est un rendez-vous pour toute la famille. La veille de la Fête Nationale, le public se présentait comme tous les ans très nombreux et se laissait enflammer sur toutes les places publiques ainsi que dans les rues adjacentes. En tout une cinquantaine de groupes ont garanti une atmosphère digne de l'événement. A la Place Guillaume II, une programmation exclusivement luxembourgeoise avec la participation de groupes tels que Dëppegeïsser, Benny & The Bugs, Schëppe 7, T-The Boss, Toxkapp et Tommek and Band ont enthousiasmé le public. La Place d'Armes à son tour, connaissait un énorme succès grâce aux groupes Under Pressure et Providers Coverband. D'autre part le LCTO est également intervenant en d'autres lieux comme à la Place du Théâtre, rue du St-Esprit, Place de la Constitution et Place Auguste Engel. Le jour même de la Fête Nationale, le LCTO a organisé cinq concerts à la Place d'Armes avec Ginta Fiesta Orchestra, Amicale Garnisounsmusek, Marc Welter's Joint Bunch, Saxitude et Choco y su cómplices.

MeYouZik

Créé en 2007, 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 2017, 16 groupes ont été garants d'un festival haut de gamme avec comme tête d'affiche les groupes Speed Caravan, Fuel Fandango, La Yegros ou encore Hadar Maoz. Le festival s'est déroulé principalement à Neimënster, dans la rue du St-Esprit ainsi que sur la Place de la Constitution.

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

Rock um Knuedler

L'édition 2017 en date du 16 juillet s'est jouée sur les scènes installées à la Place Guillaume II, à la Place de la Constitution, dans la rue du St-Esprit et dans les casemates du Bock.

Cette 27ème édition s'est annoncée 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 19 groupes programmés ont tous témoigné de qualité et de richesse musicales exceptionnelles.

Créé avec l'objectif de promouvoir la musique rock « made in Luxembourg », 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

Chaque été, le fameux rallye de blues et de jazz organisé par le LCTO en collaboration avec le Blues Club Lëtzebuerg est l'un des rendez-vous incontournables du « Summer in the City ». Le but du festival est de populariser les genres de blues et de jazz les plus variés dans le bon sens du terme. Nouveau en 2017 a été le lancement officiel en date du vendredi 28 juillet avec deux concerts en avant-première à l'Hôtel Royal au centre-ville. Le samedi 29 juillet, le programme s'est enchaîné dans les quartiers de Grund, Clausen et Pfaffenthal ainsi que dans les Casemates du Bock. Chiffres-clé de l'édition 2017 : presque 200 musiciens et 44 concerts ayant eu lieu dans les cafés, clubs et restaurants participants ainsi que sur 11 scènes en plein air, nichées au pied des remparts de l'ancienne forteresse classée « Patrimoine Mondial de l'Unesco ».

Streeta(rt)nimation

Organisée en pleine saison touristique, la 23^{ième} édition de la « Streeta(rt)nimation » a de nouveau connu un énorme succès populaire. Le festival a connu une nouvelle formule « kick-off » le vendredi après-midi 11 août avec e.a. une présentation des artistes sur la Place d'Armes. Pendant les deux journées du festival, les 11 et 12 août, 21 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 de danse extraordinaire à la Place Guillaume II, laissant repartir les visiteurs la tête pleine de beaux souvenirs.

Singers and Songwriter « A Special Ladies Night »

Organisée en date du 25 août, la deuxième édition de la « Special Ladies Night » a de nouveau su enthousiasmer le public : Women's Work (Luxembourg), Marina & the Cats (Allemagne), Fjarill (Suède), Carolina Bubbico (Italie) et Stephanie Boltz (Allemagne) ont présenté leurs répertoires et compositions et ont su plonger la Place d'Armes - aménagée pour l'occasion comme salle de concerts avec des places assises - dans une ambiance conviviale, grâce à leurs prestations exceptionnelles.

Marchés de Noël

Du 23 novembre au 24 décembre d'innombrables lumières illuminaient la ville. Une multitude d'événements – concerts, animations, expositions et spectacles, sans oublier les marchés de Noël à la Place d'Armes, Place de la Constitution, Place Guillaume II (Patinatoire) et Place de Paris – composés en tout de 265 concerts publics, 25 animations pour enfants, 40 interventions d'un moniteur de patinage, 1 show sur glace ont offert à cet hiver sombre et humide une ambiance chaleureuse et unique en son genre.

Luxembourg Light Festival

Du 15 au 17 décembre la Ville de Luxembourg, en étroite coopération avec le LCTO, a proposé une troisième édition du spectacle d'illuminations et de projections vidéo monumentales. Tout au long d'un parcours qui a mené les visiteurs à travers le centre-ville - Place Guillaume II, Place Clairefontaine, rue du St-Esprit, Corniche, parvis du Musée national d'histoire et d'art - différents artistes ont mis en scène leurs œuvres lumineuses. Ouvert à un public de tout âge et de toute origine, l'édition 2017 a mis les accents sur la diversité et l'accessibilité des œuvres sélectionnées. Une occasion unique pour le public venu très nombreux pour découvrir les splendeurs du patrimoine luxembourgeois à travers des projections et scénographies lumineuses grandioses !

Thés Dansants

En 2017 les thés dansants ont de nouveau su enchanter les fervents de la danse, grâce à la collaboration avec l'équipe du Cercle-Cité, le Danzsportclub Rout-Wäiss-Blo Lëtzebuerg (RWB) et son orchestre RWB Combo sous la direction de Claude Sinner. De nouveau les 2 thés dansants ont réussi à ravir un grand nombre de mélomanes, venus pour revivre la tradition des après-midi dansants dans la grande salle des fêtes du Cercle Cité à la Place d'Armes. Le concept proposé restait le même: intergénérationnel, rassembler les jeunes et moins jeunes autour de la danse de salon et faire en sorte que les gens se rencontrent, s'amusent et dansent.

RÉPARTITION MENSUELLE DES MANIFESTATIONS CULTURELLES

organisées par le service « Festivals & Concerts » pendant l'année 2017

Événement	Jan	Fév	Mars	Avr	Mai	Juin	Juil	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc	Total
Concerts de midi	3	1	3	1						3	2	1	14
Klassik am Park						1	1	1					3
Printemps musical		1	5	3									9
Journée de l'Europe					16								16
Fête de la Musique						57							57
Opening Act SITC						1							1
Fête Nationale						57							57
MeYouZik							16						16
Rock um Knuedler							19						19
Blues 'n Jazz Rallye							45						45
Luxembourg Light Festival												1	1
Marché de Noël / St Nicolas											65	266	331
LCTO en salle	1												1
Concerts Publics, place d'Armes				8	45	95	78	57	45	2			330
Concert public, place de Paris							1						1
Manif. diverses, place d'Armes		2	1		8	2			5	1			19
Streeta(rt)nimation / Groupes								21					21
Thé Dansant					1						1		2
Total mensuel	4	4	9	12	70	213	160	79	50	6	68	268	943



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



Impressum

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

General Services

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

Information Technologies

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

Le responsable de l'informatique a contribué aux travaux d'analyse et d'évaluation des systèmes existants menés par un sous-traitant dans le cadre du projet d'entreprise LCTO 2020.

Le service informatique a en outre assuré le lien avec le service informatique de la Ville de Luxembourg et avec les fournisseurs informatiques du LCTO. Une attention particulière a été portée à l'optimisation des sites internet.

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 ...

L'année 2017 a été marquée par les travaux finaux de la transition vers une comptabilité en partie double et la mise en service d'un nouvel outil comptable. Pour mener à bien ce processus exceptionnel, le LCTO a cherché l'appui de partenaires externes, spécialistes en matière comptable et informatique.

Secrétariat général et ressources humaines

Les opérations courantes de gestion des ressources humaines ont été assurées comme à l'accoutumée : registre des congés, gestion des présences et absences, gestion des certificats de maladie, recrutements d'étudiants, de salariés occasionnels, de personnel temporaire et permanent. De même le suivi administratif des obligations légales et réglementaires en matière de gouvernance, notamment auprès du registre de commerce et des sociétés a été assuré.

Statistiques

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



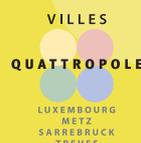
Luxembourg City Tourist Office a.s.b.l.
30, place Guillaume II | L-1648 Luxembourg | B.P. 181 L-2011 Luxembourg
T (+352) 22 28 09 | touristinfo@lcto.lu | www.luxembourg-city.com



Impressum

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

Partenaires



Les affiliations nationales et internationales

Au niveau national, le LCTO est

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

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

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

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

Les partenariats institutionnels et privés

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

Les partenariats Média

En 2017, le Luxembourg City Tourist Office a maintenu des partenariats media avec RTL Radio Lëtzebuerg, RTL Télé Lëtzebuerg, Radio 100,7, Eldorado, Radio Latina, l'Essentiel, le Quotidien, Tageblatt, Le Jeudi, Télécran, ainsi que le City Magazine dans le contexte des festivals « Printemps Musical », « Summer in the City », « MeYouZik », « Rock um Knuedler », « Blues'n Jazz Rallye » et « Streeta(rt)nimation ». Nous les en remercions chaleureusement.

Le Sponsoring

En 2017, des partenariats ont été établis pour le festival Printemps Musical (entrées payantes), ainsi que pour la campagne Summer in the City et ses événements (gratuits pour le grand public) : Concert OPL le 21.6., MeYouZik, Rock um Knuedler, Blues'n Jazz Rallye et Streeta(rt)nimation. Les contreparties offertes par le LCTO 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, tickets d'entrée, mention dans les communiqués de presse et le dossier de presse), sur les sites et micro-sites internet, et bien sûr sur les lieux des événements avec calicots ou la diffusion de films publicitaires sur écran ou l'attribution d'une scène lors d'un festival.

La plupart des partenaires de longue date du LCTO sont restés fidèles aux événements traditionnels, qui représentent des valeurs solides en terme de rapprochement de la marque avec le grand public, de notoriété, d'image et de contreparties assurées.



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



Impressum

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