



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

Direction générale du tourisme



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

Direction générale des classes moyennes

# RAPPORT D'ACTIVITE DU MINISTERE DE L'ECONOMIE

## VOLUME 2 CLASSES MOYENNES ET TOURISME

Exercice 2022

# TABLE DES MATIÈRES

## LA DIRECTION GENERALE TOURISME

1.	Préambule: dynamisme, transparence, modernisation, qualité – les thèmes du tourisme en 2022	7
2.	Bilan de la saison touristique 2022: une forte dynamique de relance.....	10
3.	L'investissement dans le tourisme: un investissement dans la qualité de vie .....	13
3.1.	10 <sup>e</sup> programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique.....	13
3.2.	Infrastructures touristiques à réaliser par les communes et les syndicats d'initiative .....	14
3.3.	Subsides aux syndicats d'initiative et aux asbl exerçant une activité notable en faveur du tourisme en 2022 .....	16
3.4.	Subsides aux communes exerçant une activité notable en faveur du tourisme en 2022 ....	16
4.	Le tourisme de loisirs: Mënschen, Regiounen an Ekonomie.....	18
4.1.	Le tourisme fait peau neuve: la nouvelle stratégie de développement touristique.....	18
4.2.	Tourisme actif – Randonnée et tourisme de vélo .....	19
4.3.	L'oenotourisme .....	23
4.4.	Le tourisme de mémoire .....	25
4.5.	Un tourisme rural innovant .....	26
5.	Le Tourisme de congrès en plein changement.....	29
5.1.	Perspectives et ambitions du secteur business events – une nouvelle stratégie .....	29
5.2.	Aides financières aux organisateurs de congrès .....	29
5.3.	Aides financières pour manifestations d'envergure internationale .....	30
5.4.	Nos structures partenaires.....	30
6.	Vers une professionnalisation accrue du secteur: les certifications .....	33
6.1.	La classification.....	33
6.2.	L'EcoLabel.....	34
6.3.	Le « bed+bike » label.....	35
6.4.	L'EUREWELCOME .....	35
6.5.	Les « Green business events » .....	35
7.	Une législation adaptée aux réalités du 21 <sup>e</sup> siècle .....	38
7.1.	Plus de transparence dans l'invest touristique: le 11 <sup>e</sup> programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique .....	38
7.2.	La refonte de la fiche hébergement .....	39
7.3.	Un nouveau cadre pour les structures d'hébergements touristiques .....	40
8.	Mettre en avant le tourisme: les actions de promotion et de sensibilisation .....	42

8.1.	« Lëtzebuerg, dat ass Vakanz ! » .....	42
8.2.	Luxembourg Tourism awards .....	42
8.3.	Guide for one Day.....	42
8.4.	Missions touristiques et participations aux foires et salons touristiques .....	43
9.	Les Offices régionaux du Tourisme (ORT): porte-paroles du tourisme sur le terrain .....	45
10.	L'image du Luxembourg à l'étranger: Luxembourg for Tourism.....	47

## **LA DIRECTION GENERALE CLASSES MOYENNES**

12.	Préambule .....	55
13.	Mesures de soutien aux PME dans le cadre du Covid-19 et de la crise énergétique .....	57
13.1.	Phasing out des aides liées à la pandémie Covid-19.....	57
13.2.	Les aides en matière d'énergie (loi du 15 juillet 2022).....	58
14.	Le droit d'établissement des PME.....	60
14.1.	Autorisations d'établissement .....	60
14.2.	Demandes de prestataires étrangers pour services occasionnels.....	61
14.3.	La réforme du droit d'établissement .....	61
14.4.	A l'écoute du monde économique.....	62
15.	Les aides aux entreprises du secteur des classes moyennes .....	64
15.1.	Loi relative au régime d'aides en faveur des PME .....	64
15.2.	Fit for Digital.....	65
15.3.	SME Packages.....	65
15.4.	Crédit d'équipement.....	65
16.	La mise en œuvre d'une politique en faveur des PME.....	68
16.1.	Le Haut comité PME et le 5ème plan d'action en faveur des PME.....	68
16.2.	Les « Pakts » .....	68
16.3.	House of Entrepreneurship.....	70
16.4.	Formation accélérée pour chefs d'entreprises .....	71
16.5.	Projets et initiatives .....	72
16.6.	Heures de fermeture des magasins de détail .....	75
16.7.	Voyages à forfait et les prestations de voyage liées .....	75
16.8.	Événements et campagnes .....	76
16.9.	International .....	77
16.10.	Commissions et comités .....	78
16.11.	Questions parlementaires.....	78

16.12. Lois et règlements grand-ducaux à l'initiative du ministre des Classes moyennes .....	79
16.13. Communication et relations presse .....	80
17. Ressources et compétences .....	82
17.1. Ressources humaines.....	82
17.2. Communication interne .....	85
17.3. Bâtiment.....	86
17.4. Responsabilité sociale (RSE) .....	86
17.5. Développement de l'organisation .....	87
18. Organigramme.....	89

# **DIRECTION GENERALE TOURISME**

# 1. PREAMBULE

# 1. PREAMBULE: DYNAMISME, TRANSPARENCE, MODERNISATION, QUALITE – LES THEMES DU TOURISME EN 2022

Certes, tout d'un coup et de manière imprévisible, le secteur du tourisme a été plongé dans une période difficile et sans précédent en 2020 quand le monde s'est arrêté pour un bref instant. Mais le secteur du tourisme, appuyé par la Direction générale du tourisme, n'a pas baissé les bras. Au contraire. C'est ainsi que 2021 se caractérisait déjà par une reprise, même si encore prudente.

Pour répondre aux changements fondamentaux que le secteur du tourisme a connu ces dernières années, la Direction générale du tourisme s'est donnée une nouvelle stratégie de tourisme de loisirs.

Sous le Leitmotiv « Mënschen, Regiounen an Ekonomie: de wäertorientéierten Tourismus als aktiven Dreiwier fir méi Liewens- an Openthaltsqualität », notre nouvelle stratégie a trois objectifs:

- Améliorer la qualité de vie: le tourisme créera une valeur ajoutée tangible pour les résidents, les frontaliers et les touristes.
- Passionner les visiteurs: la satisfaction des visiteurs sera maintenue à un niveau élevé et des expériences authentiques et surprenantes dépasseront les attentes des visiteurs. Pour ce faire, il est important de tenir compte des tendances et des évolutions actuelles.
- Renforcer l'économie: grâce à des acteurs professionnels et des entreprises performantes, le tourisme en tant que secteur économique sera soutenu et renforcé.

Sans aucun doute, la crise sanitaire a eu également un impact majeur sur le secteur du tourisme d'affaires et du tourisme de congrès, ainsi qu'un effet d'accélérateur de certaines tendances déjà existantes notamment la digitalisation, les événements hybrides et virtuels ou encore la durabilité.

C'est dans ce contexte qu'en 2022, la Direction générale du tourisme a décidé d'élaborer une nouvelle stratégie des Business Events. Le développement de ce secteur reste une de nos priorités dans la mesure où il présente un important potentiel de croissance et constitue un moteur indéniable en termes de développement des secteurs économiques prioritaires du Grand-Duché.

La stratégie a comme objectif d'identifier de nouvelles opportunités pour ainsi soutenir le développement du secteur en aidant les acteurs à orienter leurs choix d'investissement, d'organisation et d'adaptation de leurs services. La présentation de la nouvelle stratégie se fera durant le premier trimestre 2023.

Ceci étant dit, aujourd'hui nous pouvons tirer un bilan positif en qualifiant 2022 comme année de forte croissance : les chiffres de 2021 ont été largement dépassés et les niveaux de pré-crise sont presque atteints. C'est avec ce dynamisme que nous nous penchons vers le futur.

Cependant, les tendances inflationnistes et les incertitudes globales suite à l'agression et l'invasion russe de l'Ukraine auront sans doute un impact tangible sur le comportement des voyageurs et donc directement aussi sur le secteur du tourisme pour l'année 2023. Il importe donc de continuer à investir

dans les infrastructures et acteurs touristiques afin de garantir une offre de qualité et de maintenir l'attractivité du secteur du tourisme à un haut niveau.

Le 10<sup>e</sup> programme quinquennal étant arrivé à sa fin en décembre 2022, nous avons saisi l'occasion d'adapter le 11<sup>e</sup> programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique – grosso modo la loi qui régit les investissements dans le secteur touristique – sur un nombre de points majeurs. L'objectif ? Rendre les procédures plus simples, les conditions plus claires et avant tout : les investissements plus transparents. Le 11<sup>e</sup> programme quinquennal prévoit aussi d'augmenter l'enveloppe budgétaire à 70 millions d'euros, afin d'être en mesure de mettre en œuvre la nouvelle stratégie touristique. Ceci nécessite des investissements majeurs dans la qualité des infrastructures touristiques auxquelles le onzième programme quinquennal apporte une réponse avec une dotation financière adaptée. Car : chaque euro investit dans le tourisme est un euro investit dans la qualité de vie des citoyens.

« Les investissements dans la qualité et l'adaptation continue des infrastructures touristiques seront poursuivis. Il en sera de même en ce qui concerne la professionnalisation des structures de promotion et d'accueil pour développer un tourisme dynamique, de qualité et durable. [...] Augmenter la notoriété du Luxembourg, digitaliser l'offre, faciliter l'accès à l'information ou encore améliorer l'accueil des arrivants seront autant d'actions pour positionner le tourisme comme un pilier de la diversification économique ».

Voilà, notre mission prescrite par le programme gouvernemental en 2018. Mission accomplie, ce rapport l'illustre sur les prochaines pages.

Mais tout de même, le travail de la Direction générale du tourisme et de tous ses partenaires sur le terrain ne cessera pas en 2023. Les priorités pour cette année : avancer en matière de digitalisation en investissant dans les infrastructures numériques et dans la sensibilisation des acteurs, développer encore plus l'offre du tourisme durable recherché de plus en plus par les clients, établir davantage le Luxembourg comme destination de premier choix pour le touriste actif, relever avec courage les défis des megatrends dans le monde des business events et continuer à pousser le rôle du tourisme en tant que pilier important de l'économie luxembourgeoise.



## **2. BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE 2022**

## 2. BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE 2022: UNE FORTE DYNAMIQUE DE RELANCE

Suite à une année 2021 qui se caractérisait par une reprise, le secteur du tourisme enregistre à nouveau une forte croissance. Cette dynamique positive permet de dépasser largement les chiffres de 2021 et d'atteindre presque le niveau d'avant-crise.

En effet, selon les indicateurs de l'Institut national de la statistique et des études économiques (Statec), le nombre d'arrivées dans des structures d'hébergements touristiques de cette année a presque doublé comparé à l'année 2021 (+45%), tandis que les chiffres de 2019, dernière année avant la pandémie de COVID-19 et une des années de records pour le tourisme au Luxembourg, n'ont pas encore tout à fait pu être atteints (-5%). Les données concernant 2022 indiquent ainsi un total de 1.5 mio. de nuitées dans les hôtels, soit une augmentation de +20% par rapport à 2021 (-8% par rapport à 2019), et un total de 1 mio. de nuitées auprès des campings, soit une forte augmentation de 44% par rapport à 2021 et une augmentation considérable de presque 10% par rapport à 2019. Les auberges de jeunesse ont enregistré une hausse de plus de 80% par rapport à l'année 2021 (-6.5% par rapport à 2019).

L'agence de promotion touristique nationale "Luxembourg for Tourism" (LFT) souligne que les hôtels estiment avoir enregistré un taux d'occupation de 65% pour 2022 (contre 44% en 2021, -19% en 2019). Les campings rapportent avoir connu une hausse des réservations dans les derniers trois mois de 2022 de plus de 50% par rapport à la même période en 2021.

Les premiers retours des acteurs du tourisme laissent entrevoir un très bon bilan de la saison touristique 2022, ce qui souligne que l'intérêt pour la destination touristique du Luxembourg ne cesse de croître, notamment aussi auprès des résidents. Cette évolution est particulièrement importante pour les entreprises du secteur du tourisme. Après avoir été durement touchées par la crise de COVID-19, elles ont fait preuve d'une grande persévérance et d'un esprit innovateur. Il convient donc de constater que le Grand-Duché a réussi à maintenir, voire renforcer son attractivité touristique.

Dans le but de promouvoir les attractions touristiques du Luxembourg, la campagne "Lëtzebuerg, dat ass Vakanz" ciblait les résidents du Grand-Duché, les frontaliers ainsi que les touristes étrangers. Le "Guide for one day" offrait la possibilité de découvrir le pays sous un autre regard en suivant gratuitement les guides d'un jour, tandis que le projet "Vakanz genéissen" permettait de découvrir des lieux insolites et des sites touristiques idylliques. Concoctés par des chefs locaux, les dîners ont permis de savourer des produits régionaux et de mettre en valeur les savoir-faire du terroir national. L'édition 2022 de la campagne 'Lëtzebuerg, dat ass Vakanz' a mis en avant les atouts des cinq différentes régions du pays ainsi que de la Ville de Luxembourg et a démontré que le secteur touristique fait preuve de créativité et d'authenticité.

Vu son succès constaté et démontré en 2022, à l'avenir la nouvelle stratégie touristique sera davantage intégrée dans la promotion et le développement de la destination touristique luxembourgeoise. Les activités touristiques existantes seront encore plus adaptées aux besoins actuels, en particulier dans le tourisme actif, gastronomique et culturel. Les dimensions écologique, économique, sociale et

culturelle seront davantage prises en compte dans l'offre touristique afin d'améliorer la qualité de vie des touristes, des résidents et des frontaliers.

Pour 2023, la *European Travel Commission* de la Commission européenne prévoit une croissance des arrivées internationales de +4% en Europe occidentale par rapport à 2022. Pour le Luxembourg, *Luxembourg for Tourism* prévoit actuellement une hausse encore plus forte dans l'hôtellerie, qui sera toutefois compensée par une légère baisse dans le secteur du camping, qui a réalisé un résultat impressionnant en 2022 et qui sera difficile à surpasser en 2023. Dans l'ensemble, il peut donc être estimé que les arrivées de l'étranger au Luxembourg devraient augmenter de +3% en 2023. Ainsi, nous retrouverions probablement en 2023 le Niveau record de 2019.

# **3. L'INVESTISSEMENT DANS LE TOURISME**

## **3. L'INVESTISSEMENT DANS LE TOURISME: UN INVESTISSEMENT DANS LA QUALITE DE VIE**

### **3.1. 10<sup>e</sup> programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique**

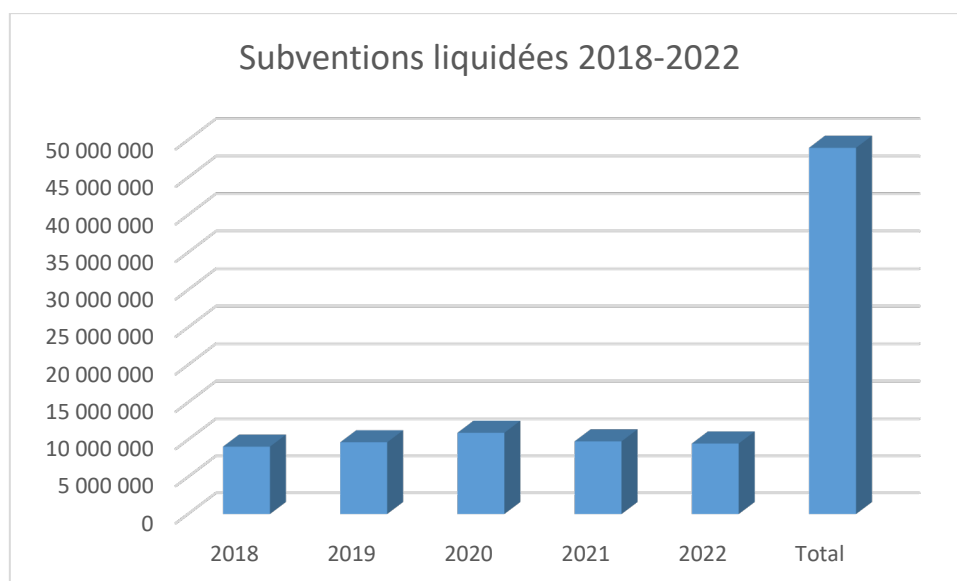
La loi du 1er août 2018 autorise le gouvernement à subventionner l'exécution d'un 10<sup>e</sup> programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique, grâce à une enveloppe de 60.000.000 euros. Les communes, les syndicats de communes et les associations sans but lucratif peuvent bénéficier de ces régimes d'aide. Le Direction générale du tourisme peut verser des aides en capital destinées à encourager les investissements ayant pour but le développement de l'infrastructure touristique nationale.

Sont concernés les investissements lors de :

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

Le 10<sup>e</sup> programme quinquennal est arrivé à sa fin en décembre 2022. Afin de garantir un investissement continu dans la qualité de l'infrastructure touristique nationale au-delà de 2022, le ministre du Tourisme a déposé à la Chambre des Députés le projet de loi ayant pour objet d'autoriser le gouvernement à subventionner l'exécution d'un onzième programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique, ceci en juillet 2022. Au moment de la publication de ce rapport, le projet de loi en question se trouve encore dans la procédure législative.

- a) Total des subventions liquidées dans le cadre du 10<sup>ème</sup> programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique (2018-2022) au 22.02.2023



### b) Détail des subventions liquidées par catégorie (en euros)

Dépenses du 10e PQ au 22.2.2023						
	2018	2019	2020	2021	2022	Total
Secteur communal	3 712 703	4 027 201	3 283 010	3 145 589	3 170 758	17 339 261
Syndicats d'initiative et asbl	2 022 635	1 311 532	2 518 506	2 994 735	2 691 944	11 539 353
Hôtellerie	1 814 747	2 460 812	859 534	99 370	287 511	5 521 973
Campings	323 268	1 139 787	665 591	982 038	968 826	4 079 510
Fonds de relance Covid 19			2 228 708	1 148 464	0	3 377 172
Concepts et études	323 190	282 051	674 282	687 775	508 570	2 475 868
Investisseurs privés	130 936	309 104	528 568	136 000	0	1 104 608
Gîtes	748 905	130 332	181 111	593 522	1 865 607	3 519 476
	<b>9 076 383</b>	<b>9 660 820</b>	<b>10 939 310</b>	<b>9 787 492</b>	<b>9 493 216</b>	<b>48 957 221</b>

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

### a) Demandes des administrations communales

Au total, 264 projets communaux ont été engagés dans le cadre du 10e programme quinquennal. A noter que 71 dossiers avaient été reportés du 9e au 10e programme.

Les 264 projets totalisent un investissement éligible de 119.865.482,38 euros pour lequel la Direction générale du tourisme s'est engagée à raison d'un montant de 52.219.494,30 euros.

Dans le cadre du 10<sup>e</sup> programme quinquennal, des subventions à hauteur de 17.339.261,27 euros ont déjà été liquidées en faveur des différentes communes et syndicats de communes pour les projets réalisés ou en cours de réalisation.

Au cours de l'année 2022, 54 nouveaux projets ont été présentés par les communes et les syndicats de communes. 42 de ces projets ont été retenus.

Type de demande	Nombre de dossiers
Infrastructures de sports-loisirs	50
Projets non - éligibles	35
Infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des visiteurs	42
Embellissement touristique	31
Sentiers touristiques et aménagements annexes	26
Projets repris sur la liste du programme de l'infrastructure touristique	25
Pistes cyclables et aménagements annexes	23
Aménagement/modernisation de bureaux d'accueil touristiques	12
Mise en valeur touristique du patrimoine culturel	6
Equipements de sports-loisirs	3
Equipements dans l'intérêt de l'accueil des visiteurs	4
Modernisation des piscines	3
Aménagement des auberges de jeunesse	2
Etudes et concepts touristiques	2
<b>Total</b>	<b>264</b>

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

Au total, 173 projets de syndicats d'initiative et d'associations sans but lucratif ont été engagés dans le cadre du 10e programme quinquennal. A noter que 27 dossiers avaient été reportés du 9e au 10e programme.

Les 135 projets totalisent un investissement éligible de 34.991.260,58 euros pour lequel la Direction générale du tourisme s'est engagée à raison d'un montant de 19.515.045,58 euros.

Dans le cadre du 10<sup>e</sup> programme quinquennal, des subventions à hauteur de 11.539.352,89 euros ont déjà été liquidées en faveur des différents syndicats d'initiative et associations sans but lucratif pour les projets réalisés ou en cours de réalisation.

Au cours de l'année 2022, 38 nouveaux projets ont été présentés par syndicats d'initiative et associations sans but lucratif. Tous ces projets ont été retenus.

Type de demande	Nombre de dossiers
Aménagement/modernisation/équipement de bureaux d'accueil touristiques	66
Projets repris sur la liste du programme de l'infrastructure touristique	41
Equipements dans l'intérêt de l'accueil des visiteurs	17
Mise en valeur touristique du patrimoine culturel	7
Equipements de sports-loisirs	18
Infrastructures de sports-loisirs	4
Infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des visiteurs	6
Modernisation des Auberges de Jeunesse	6
Sentiers touristiques et aménagements annexes	2
Pistes cyclables et aménagements annexes	4
Etudes et concepts touristiques	1
Projets non - éligibles	1
<b>Total</b>	<b>173</b>

### **c) Demandes des communes, des syndicats d'initiative et asbl œuvrant en faveur du tourisme et des personnes physiques pour l'aménagement de gîtes et hébergements touristiques**

Au total, 40 nouvelles demandes de subvention relatives à des projets d'aménagement, d'extension ou de modernisation d'infrastructures d'hébergement ont été traitées, dont 14 demandes de subvention pour la création ou la modernisation de gîtes touristiques et 26 demandes pour l'aménagement, la modernisation et l'extension de campings.

### **3.3. Subsidés aux syndicats d'initiative et aux asbl exerçant une activité notable en faveur du tourisme en 2022**

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

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

En 2022, un montant total de 910.000 euros était disponible pour soutenir le bénévolat dans le cadre de ses activités touristiques.

### **3.4. Subsidés aux communes exerçant une activité notable en faveur du tourisme en 2022**

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

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

Pour l'année 2022, 18 demandes émanant des communes ont été traitées.



# **4. LE TOURISME DE LOISIRS**

## 4. LE TOURISME DE LOISIRS: MËNSCHEN, REGIOUNEN AN EKONOMIE

### 4.1. Le tourisme fait peau neuve: la nouvelle stratégie de développement touristique

Le secteur du tourisme a un impact économique et social considérable. Il est non seulement créateur d'emploi et moteur économique, mais il a en même temps une fonction centrale pour l'amélioration de la qualité de vie des résidents, des frontaliers et des touristes, ainsi que pour le développement durable du Luxembourg. Compte tenu du fait que notre société et le tourisme ont connu des évolutions fulgurantes au cours des dernières années et que les exigences d'une offre touristique moderne et durable évoluent constamment, la Direction générale du tourisme a décidé d'élaborer de manière participative une nouvelle stratégie touristique, qui a été présentée par le ministre du Tourisme, Lex Delles, en mai 2022.

Sous le Leitmotiv "Mënschen, Regiounen an Ekonomie: de wäertorientéierten Tourismus als aktiven Dreier fir méi Liewens- an Openthaltsqualität"<sup>1</sup>, la nouvelle stratégie se concentre sur trois catégories d'objectifs:

- Améliorer la qualité de vie: le tourisme créera une valeur ajoutée tangible pour les résidents, les frontaliers et les touristes.
- Passionner les visiteurs: la satisfaction des visiteurs sera maintenue à un niveau élevé et des expériences authentiques et surprenantes dépasseront les attentes des visiteurs. Pour ce faire, il est important de tenir compte des tendances et des évolutions actuelles.
- Renforcer l'économie: grâce à des acteurs professionnels et des entreprises performantes, le tourisme en tant que secteur économique sera soutenu et renforcé.

Afin de promouvoir le tourisme conformément à ces objectifs, la nouvelle stratégie a défini six champs d'action centraux:

- Une offre moderne et riche en expériences: l'objectif consiste à adapter l'offre existante aux besoins actuels, en particulier dans le tourisme actif, gastronomique et culturel. Pour ce faire, les besoins des visiteurs, les attentes en matière de qualité ainsi que les nouvelles tendances seront davantage prises en compte.
- Des entreprises attractives et résilientes: le but est de promouvoir les entreprises touristiques en développant un service de conseil, en encourageant les investissements et en attirant un personnel qualifié. Il s'agit ainsi de garantir que les entreprises touristiques puissent répondre aux exigences modernes.
- Une qualité de séjour durable et accessible pour tous: les dimensions écologique, économique, sociale et culturelle de la durabilité sont prises en compte dans l'offre touristique, ce qui améliorera la qualité de vie des touristes, des résidents et des frontaliers.

---

<sup>1</sup> <https://gouvernement.lu/dam-assets/documents/actualites/2022/05-mai/20-delles-tourismus-tourismus-strategie.pdf>

- Une digitalisation inclusive et orientée vers l'utilisateur: l'objectif est de continuer à promouvoir les initiatives de digitalisation existantes. La digitalisation est considérée comme une condition de base d'une offre touristique moderne.
- Une collaboration de confiance et des réseaux forts: le but est de mettre en place une étroite coopération entre les acteurs du secteur du tourisme, afin d'encourager un échange constructif tout en impliquant la population.
- Une mise en œuvre ciblée: une vérification cohérente de la mise en œuvre des objectifs stratégiques est indispensable. Une implémentation efficace des objectifs ainsi qu'une saisie continue des principales données touristiques sont ainsi visées.

Un investissement dans le tourisme correspond toujours à un investissement dans la qualité de vie des habitants. La nouvelle stratégie touristique profitera donc aux touristes, aux résidents, aux frontaliers, aux acteurs du secteur et à l'économie locale, régionale et nationale.

## **4.2. Tourisme actif – Randonnée et tourisme de vélo**

### **Sentiers touristiques : un réseau national dense**

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

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

- Les 26 sentiers nationaux de randonnées, totalisant quelque 900 km, d'une longueur de 20 à 60 km chacun;
- Les sentiers « auto-pédestres », totalisant quelque 1.700 km, tracés en boucle et dont chaque tour varie de 5 à 15 km de longueur ;
- Les sentiers internationaux, tels le Chemin de Saint Jacques de Compostelle ou les sentiers de grande randonnée GR ;
- Les 41 sentiers CFL, de gare en gare; totalisant plus de 500 km ;
- Les sentiers transfrontaliers (Luxembourg-Allemagne ou Luxembourg-Belgique) ;

### **Le balisage et l'entretien**

Afin de maintenir un niveau élevé de qualité dans l'entretien et le balisage de notre réseau de randonnées que le seul travail de bénévoles n'aurait pu fournir, la Direction générale du tourisme du ministère de l'Économie a conclu un contrat d'entretien avec une asbl qui a comme but principal la mise au travail de personnes provenant de milieux défavorisés et l'intégration de chômeurs de longue durée dans un contrat de travail normal. Pour l'année 2022, nous avons pu nous appuyer sur quatre équipes d'intervention sur le terrain.

### **Projet de restructuration des Circuits Auto-Pédestres**

Nés sur initiative du ministère du Tourisme au milieu des années 1960, le nombre des circuits auto-pédestres a surtout grandi pendant les années 1970 et 1980 pour arriver à un total de 201 circuits.

Cependant, au fil du temps, le paysage a changé au même titre que l'intensité du trafic automobile et les différents aménagements du territoire. De ce fait, un remaniement en profondeur sera nécessaire afin d'améliorer la qualité du réseau de ces circuits de randonnée.

À cette fin, la Direction générale du tourisme a lancé un vaste plan de réorganisation de ses circuits auto-pédestres qui se caractérise par les éléments suivants:

- Revoir l'ensemble des itinéraires quant à leur attrait touristique pour les randonneurs et quant à la sécurité;
- Suppression, le cas échéant, de certains circuits si aucune alternative satisfaisante ne peut être dégagée; sinon modifications plus ou moins importantes des itinéraires;
- Balisage des itinéraires dans les deux directions pour plus de confort du randonneur;
- Introduction d'un nouveau signe de balisage et de nouveaux panneaux de départ munis de code QR permettant d'afficher la carte du circuit.

#### Un nouveau signe de balisage

Depuis plus de 50 ans, le signe de balisage des circuits auto-pédestres est constitué d'une flèche/drapeau bleu sur fond blanc. Ils sont soit peints sur arbres, soit apposés au moyen d'autocollants ou de plaquettes aluminium. La Direction générale du tourisme a souhaité s'adapter aux recommandations de la Fédération européenne de randonnée pédestre (FERP), qui prévoient une installation des signes de balisage dans les deux directions et "de face" (au lieu d'être 'parallèle' au chemin actuellement): ainsi le signe lui-même indique la direction à suivre, et non une flèche directionnelle. Le losange bleu du nouveau signe de balisage répond à cette exigence.

#### Un nouveau panneau de départ avec lecture de code QR

À l'avenir, les circuits auto-pédestres qui auront déjà bénéficié de la nouvelle signalétique de balisage seront reconnaissables à leur nouveau panneau de départ. Celui-ci proposera dorénavant un code QR lequel mène vers la carte Geoportail dernière version et qui intégrera, le cas échéant, les éventuelles déviations ou fermetures temporaires.

Lancé dans la région de l'Eislek depuis peu, le déploiement complet de la réorganisation de tous les circuits auto-pédestres s'étalera sur les années 2022 et 2023.

Tous les circuits auto-pédestres peuvent être consultés sur les pages Internet de [www.visitluxembourg.com](http://www.visitluxembourg.com) ainsi que sur les sites Internet des cinq offices régionaux de tourisme.

## **Les nouveautés en 2022 : exemples et projets phares**

### “Sentiers de randonnée confort”

Le projet des sentiers de randonnée confort, lancé en 2021, a été poursuivi en 2022.

L'objectif du projet est de créer dans chacune des cinq régions touristiques des sentiers de randonnée attrayants pour les personnes ayant des exigences de confort spécifiques lors d'une promenade : les personnes âgées, les familles avec de jeunes enfants ou les personnes à mobilité réduite.

En collaboration avec les cinq ORT et LFT, un guide pour l'élaboration de sentiers de randonnée confortables a été réalisé. Le guide qui s'adresse aux futurs porteurs de projet (syndicats d'initiative,

communes, autres acteurs touristiques) contient les critères techniques et touristiques pour la mise en place et la promotion d'un sentier de randonnée confort.

#### « Leading Quality Region-Best of Europe »

Suite à un projet pilote avec la Fédération Européenne de Randonnée Pédestre (FERP), l'Office Régional de Tourisme Éislek est officiellement la première "Leading Quality Region - Best of Europe".

Cette distinction repose sur divers critères et atteste de la qualité des sentiers de randonnée.

La région de l'Éislek propose quelque 200 circuits de différents niveaux de difficulté et longueurs. Les 18 "Éislek Pied" récemment aménagés se trouvent pour la plupart au cœur d'une nature intacte, à l'écart des activités humaines et sur des terrains proches de la nature. Une signalisation claire, d'excellentes liaisons avec les transports en commun et de nombreuses possibilités de restauration et d'hébergement complètent l'offre touristique.

#### « Leading Quality Day Walks-Best of Europe » : Guttland Trails

Dans le cadre d'un deuxième projet pilote avec la FERP, l'Office Régional de Tourisme Centre-Ouest s'est vu décerner en premier le label « Leading Quality Day Walks-Best of Europe ». Ainsi, les trois premiers «Guttland Trails», munis d'une signalétique spécifique, répondent en tous points aux critères définis par la FERP, nécessaires à l'obtention de ce label.

La Direction générale du tourisme a activement accompagné les deux projets, que ce soit par son expertise, par une aide financière ou par la mise à disposition de ses équipes de balisage.

## **Vëlosummer 2022 – les nouveautés et les chiffres<sup>2</sup>**

Le « Vëlosummer » donne l'occasion aux cyclistes de découvrir des chemins et des circuits auxquels ils n'auraient habituellement pas accès. L'objectif est d'inciter les touristes, ainsi que les habitants de la région, à découvrir la diversité des paysages du Luxembourg à vélo. Le concept s'inscrit dans le but de développer un tourisme écologique avec le cyclotourisme comme centre d'intérêt.

L'événement est une initiative conjointe de la Direction générale du tourisme et du Ministère de la Mobilité et des Travaux publics. Pour cette troisième édition du « Vëlosummer », une collaboration avec cinquante-six communes, a permis de réaliser douze tronçons routiers qui étaient fermés au trafic motorisé pendant le mois d'août 2022. Cela représentait 450 km de circuit, dont 110 km exclusivement réservé au vélo. Des panneaux de signalisation ont été placés sur tous les itinéraires, guidant les cyclistes tout au long de leur parcours.

La promotion de l'événement comprenait le placement de diverses annonces dans les médias, une carte avec tous les détails sur les itinéraires et un site web avec toutes les informations autour du « Vëlosummer ». Comme nouveauté pour l'édition 2022, des informations plus détaillées étaient données sur chaque circuit, avec une indication des niveaux de difficulté, des groupes cibles et des conseils aux familles, permettant aux participants de bien planifier leurs excursions. En outre, le plan

---

<sup>2</sup> <https://gouvernement.lu/dam-assets/documents/actualites/2022/10-octobre/06-velosummer-2022/dossier-explicatif.pdf> et <https://gouvernement.lu/dam-assets/documents/actualites/2022/10-octobre/06-velosummer-2022/presentation-velosummer.pdf>

média prévoyait une campagne ciblée sur les médias sociaux et une série de vidéos et de photos ont été réalisées à des fins promotionnelles.

La participation au « Vélosommer » comptait 30.000 cyclistes en 2022, ce qui représente une nette augmentation des chiffres de participation par rapport à l'édition précédente. Vu le succès continue de cet événement, une nouvelle édition est prévue pour 2023.

## **Étude Rent-a-bike – présentation étude et préparation de la suite**

L'étude sur la location de vélos a été lancée en octobre 2021. L'étude fait un inventaire des dix plus grandes locations de vélos existant actuellement dans le pays, avec un intérêt particulier porté sur les quatre Rent a bikes (qui comptent pour presque 80% de la part du marché actuel) gérés par les CIGR dans trois régions différentes (Eislek : Diekirch et Wiltz ; Müllerthal et Moselle). L'inventaire inclut le matériel existant, les heures d'ouvertures, la structure des prix, la politique de renouvellement du matériel, le flux et le management des locations, ainsi que les effectifs d'un point de vue financier et main d'œuvre. Par ailleurs, l'étude analyse les besoins des locations et la qualité des services aux touristes en mettant en évidence des problèmes à résoudre et des prestations à améliorer. En outre, une analyse de faisabilité et de solutions possibles est présentée avec une approche d'avancement en étapes. En été 2022, une annexe a été ajoutée à l'étude, comprenant un acteur privé supplémentaire.

Le but de cette étude était d'avoir une visibilité d'ensemble sur les locations existantes, leurs besoins et leur savoir-faire, dans l'idée d'harmoniser l'offre de location de vélos sur le territoire luxembourgeois. Les résultats de l'étude serviront comme base sur laquelle la stratégie, le développement et la mise en place d'une offre de location de vélos cohérente et unifiée seront établis.

L'étude a été présentée en octobre 2022 aux acteurs de la location de vélos au Luxembourg. Par la suite, une série de workshops a été annoncée. Lors de ces ateliers, les services et les processus seront analysés et des solutions et optimisations seront élaborées de façon collaborative avec les différentes parties prenantes.

## **Une signalisation uniforme sur les pistes cyclables régionales : préparation du projet phare au Müllerthal**

Le cyclotourisme gagne continuellement en attractivité. Outre les pistes cyclables nationales (PCN) (gérées par l'Administration des ponts et chaussées (P&CH) selon la loi du 20 décembre 2019 relative au réseau cyclable national), le réseau cyclable régional représente une grande partie de l'infrastructure cyclo-touristique de notre pays et agrandirait le réseau cyclable de 500 km. Les avantages d'une telle initiative sont nombreux : pouvoir orienter les visiteurs vers les points d'intérêt touristique, créer des connexions plus directes entre les communes et les transports publics, comme les gares ferroviaires, et favoriser le tourisme durable.

Le projet conjoint entre la Direction générale du tourisme et du Ministère de la Mobilité et des Travaux publics consiste à définir un réseau cyclable régional et d'y installer une signalisation directionnelle selon le guide national de signalisation sur les pistes cyclables de l'Administration des ponts et chaussées. Le projet pilote s'étire de la région du Müllerthal jusqu'à la PCN 16 au nord (région Eislék), la PCN 15 à l'ouest (région Guttland) et les PCN 2 et 4 au sud (région Moselle).

Basé sur le projet Leader « Regionales Fahrradkonzept » dans la région Müllerthal, une étude a été lancée en octobre 2022 par le Ministère de la Mobilité et des Travaux publics, en collaboration étroite avec la Direction générale du tourisme, pour définir le réseau régional et le positionnement des panneaux de signalisation et marquage au sol. À cette fin, les différentes communes, ainsi que les Offices Régionaux du Tourisme respectifs, ont été impliqués et informés, soit lors de sessions présentielle, soit par vidéo conférence. Une fois l'étude terminée au printemps 2023, la Direction générale du tourisme (avec l'accord de P&Ch et des différentes communes) commencera à installer la signalisation.

## **Un fond de carte pour le cyclotourisme – préparation et objectif du projet**

De même qu'il existe un fond de carte pour la randonnée, il y a un besoin d'un équivalent pour le cyclotourisme. Grâce à un processus de collaboration entre la Direction générale du tourisme, les cinq Offices Régionaux du Tourisme (ORT) et ProVelo, le fond de carte et les services le long de la route à intégrer sont en cours de définition. Ce fond de carte existera à différentes échelles (Vélosommer, nationale et régionale) et sera mis à la disposition des ORT et d'autres acteurs touristiques.

## **Les pistes VTT – l'inventaire d'aujourd'hui et les idées pour demain**

L'analyse et le développement de l'offre cyclo-touristique sont définies comme une des priorités de la nouvelle stratégie touristique de la Direction générale du tourisme. La création d'une offre de circuits/tours à vélo pour différents groupes cibles est une des actions définies dans ce contexte. Le Vélo Tout Terrain (VTT) et la nouvelle discipline du « gravel bike » en sont une partie intégrante. Afin de satisfaire la demande de cette audience, un travail important doit être fait sur l'offre existante. L'offre actuelle n'est pas adaptée aux exigences ni aux tendances modernes des deux disciplines, ni aux groupes cibles eux-mêmes.

Un inventaire des pistes VTT a été fait pour comprendre le nombre et km de tracés existants à ce jour. Dans une seconde phase, la qualité des tracés, ainsi que de la signalisation en place devront être analysées. Différentes Offices Régionaux du Tourisme (ORT) ont montré leur intérêt à poursuivre ces analyses préliminaires, soit en créant une offre pour les différents groupes cibles VTT et gravel, soit en mettant en place un projet Leader qui fait une analyse approfondie et transposée de l'état actuel et des tendances en matière de VTT et de gravel.

## **4.3. L'oenotourisme**

### **Le Centre mosellan – « d'Wäinhaus »**

En octobre 2022, le ministre du Tourisme Lex Delles, ensemble avec les responsables de l'Administration des bâtiments publics et l'Entente touristique de la Moselle luxembourgeoise, ont présenté le projet "Wäinhaus" à Ehnen. La finalité du projet de réaménagement et d'extension est la création du "Wäinhaus" à Ehnen, qui respecte l'architecture et le cachet des anciennes bâtisses des maisons Wellenstein, Schöntgen et Kelterhaus, classées monuments nationaux. Le site comprend la maison de maître, des annexes viticoles et des cours intérieures formant une diversité architecturale et une composition urbaine remarquable. Les constructions existantes protégées du XVIe et XVIIIe siècles seront transformées et rénovées.

Le vin est le dénominateur commun qui unit la région de la Moselle. Il fait non seulement partie de l'identité luxembourgeoise, mais il est également un élément crucial de notre offre touristique. La création du centre d'expérience viticole "Wäinhaus" offre une vitrine exceptionnelle au secteur du vin et constitue un projet phare pour la promotion de l'œnotourisme, une des priorités de la nouvelle stratégie touristique de la Direction générale du tourisme.

Concernant la future exposition du "Wäinhaus", force est de constater que celle-ci sera une vitrine d'environ 1.300 m<sup>2</sup> sur la région, ses particularités, son caractère et son vin. Le visiteur pourra tester ses sens, assister à des workshops, rencontrer ceux qui se consacrent tous les jours à la production de vin, se documenter dans la "Liesstuff" et trouver de bonnes bouteilles, ainsi que des conseils dans le "Wäibuttéck". Il ne s'agit donc pas uniquement d'un site d'exposition, mais également d'un lieu d'échange de savoirs et de savoir-faire. Un lieu de rencontre et d'inspiration pour les touristes, aussi bien que pour les résidents et les acteurs économiques de la région. Un lieu de départ aussi, pour aller découvrir la région et partir à la rencontre des vignerons.

La réouverture du "Wäinhaus" pourra être envisagée quelques mois après l'achèvement du projet de construction par l'Administration des bâtiments publics, c'est-à-dire vers la fin du premier semestre 2025.

## **La Fondation Possenhau et le Musée « A Possen »**

Au cours de l'année de 2022, le Musée « A Possen » a lancé officiellement le processus de refonte muséale. Lors d'une première réunion avec le comité scientifique, composé de six membres experts issus du domaine des musées, de la viticulture et de la recherche historique accompagnant la refonte muséale, le nouveau concept, son historique ainsi que les recherches actuelles du musée ont été présentés.

Le cahier des charges pour l'engagement d'un scénographe a été établi et un bureau spécialisé a été choisi et engagé.

Par ailleurs, avec l'établissement du formulaire de consentement des témoins historiques et l'engagement d'une société dans le but d'effectuer les enregistrements des témoignages oraux, le programme d'histoire orale ayant pour but de former un deuxième volet de collection de patrimoine immatériel ainsi que d'alimenter et d'enrichir la future exposition, a progressé dans les étapes de sa réalisation.

En parallèle, le Musée « A Possen » présente désormais à ses visiteurs un nouveau concept d'atelier qui fait partie du futur concept muséal – les ateliers intergénérationnels. Lors de la saison d'hiver, les participants aux premiers ateliers intergénérationnels, ont eu accès, en famille ou entre amis, à un après-midi de partage autour du thème des décorations de fin d'année.



## **4.4. Le tourisme de mémoire**

### **Liberation Route Europe Hiking Trail**

La Fondation Liberation Route Europe (LRE) a initié un projet à l'échelle européenne qui vise le développement d'un réseau de sentiers de randonnée matérialisant le concept de la Route de la Libération de l'Europe. Ce réseau de sentiers deviendra en quelque sorte un mémorial international retraçant l'avancée des Alliés pour libérer l'Europe à la fin de la Seconde Guerre mondiale. Il s'étendra sur près de 10 000 km et passera par de nombreux lieux historiques et touristiques.

Parmi ce réseau, un tronçon de plus de 200 kilomètres passera à travers le Grand-Duché. La Direction générale du tourisme apporte sa contribution au projet moyennant l'élaboration et le balisage d'un tracé sur le territoire du Grand-Duché et l'identification des points d'intérêt et de thématiques qui seront transmis aux randonneurs et autres visiteurs le long du sentier.

### **L'ouverture du musée de l'Ardoise**

Le samedi 15 octobre 2022, les chambres souterraines de la galerie "Johanna" des anciennes ardoisières de Haut-Martelange ont été officiellement inaugurées.

Cette ancienne friche industrielle est située au cœur de la vallée de la Rombach, dans la commune de Rambrouch.

Le musée de l'Ardoise souligne le potentiel du tourisme de mémoire, qui entend mettre en valeur le patrimoine industriel et qui figure parmi les priorités politiques de la Direction générale du tourisme. Ce musée se distingue à travers une scénographie moderne et authentique. En effet, le nouveau parcours souterrain "Johanna" emmène les visiteurs sous terre à une profondeur de -42 mètres et les fait découvrir les immenses chambres d'extraction des anciennes ardoisières de Haut-Martelange avec un éclairage d'ambiance et des projections audiovisuelles. Le musée de l'Ardoise permet donc de sensibiliser davantage de résidents et de touristes étrangers au métier et à la vie des ardoisiers martelangeois, ce qui renforce également le tourisme en milieu rural.

La Direction générale du tourisme cofinance via une convention, les frais de fonctionnement et de rémunération de l'asbl « Musée de l'Ardoise ».

### **La revalorisation touristique de l'ancien bateau "MS Princesse Marie-Astrid"**

La signature de l'accord de Schengen le 14 juin 1985 a rendu le village luxembourgeois mondialement célèbre. En effet, Schengen est devenu le symbole de la libre circulation et de la suppression des frontières en Europe. Le village de Schengen est d'ailleurs labellisé "patrimoine européen" par la Commission européenne, considérant ainsi Schengen comme jalons des valeurs, de l'histoire et du patrimoine culturel européen. La revalorisation touristique de l'ancien bateau "MS Princesse Marie-Astrid" présente donc une opportunité unique pour mettre en valeur davantage le rôle du Grand-Duché dans le processus de l'intégration européenne.

Il a ainsi été décidé d'acquérir en 2021 l'ancien bateau "MS Princesse Marie-Astrid", qui navigue depuis quelques années sous le nom de "MS Regensburg" en tant que bateau d'excursion sur le Danube.

La transformation du bateau en lieu de rencontre offre une excellente opportunité pour le tourisme de mémoire, une des priorités gouvernementales qui allie trois axes indissociables qui ont contribué à façonner l'identité contemporaine de notre pays: la mémoire des conflits mondiaux du 20e siècle, le patrimoine industriel et la construction du projet européen. En effet, les conflits internationaux de la première moitié du 20e siècle ont mené à la construction du projet européen fondé sur les valeurs de paix et de solidarité, et ce grâce à un marché économique commun initié sur base du charbon et de l'acier.

Sur l'ancien bateau "MS Princesse Marie-Astrid", il est prévu de mettre en place un espace d'exposition et de performance adaptable à de nombreuses formes d'art ou d'activités. Le bateau sera maintenu en état de navigation et accosté à Schengen, à proximité du Musée européen Schengen. Il complétera l'offre touristique du musée et fera de Schengen un lieu culturel et historique à haute valeur touristique, dédié à l'idée de l'Europe unifiée.

En 2022, les travaux se sont penchés avant tout sur les préparations pour le lancement d'un appel à projet pour la transformation du navire, la mise en place d'une muséographie et la construction d'un nouveau quai à Schengen.

Pour mémoire, il est prévu de mettre en place sur l'ancien bateau "MS Princesse Marie-Astrid" un espace d'exposition et de performance adaptable à de nombreuses formes d'art ou d'activités. Le bateau sera maintenu en état de navigation et accosté à Schengen, à proximité du Musée européen Schengen. Il complétera l'offre touristique du musée et renforcera Schengen dans son caractère culturel et historique à haute valeur touristique, dédié à l'idée de l'Europe unifiée. À l'occasion de manifestations spéciales, le navire pourra parcourir l'Europe.

L'achèvement de ce projet est prévu au courant de l'année 2025.

## **4.5. Un tourisme rural innovant**

### **Le concours des « Glamping cabins »**

Le secteur Tourisme et Loisirs constitue un élément important au niveau du développement des régions rurales du Luxembourg, non seulement sur le plan économique mais également sur le plan de la qualité de vie de la population locale.

Dans le but de stimuler la création de nouveaux types de logements touristiques moyennant le développement de structures innovantes, faciles à installer et à coût modéré, la Direction générale du tourisme et l'Ordre des Architectes et Ingénieurs-conseils organisent un concours d'architecte.

Pour ce concours, les participants sont invités à soumettre leurs projets pour une « Glamping cabin », une structure modulaire hors réseau qui accueillera 2 à 4 personnes. La seule exigence est que la surface totale de la structure ne dépasse pas une emprise au sol de 25 m<sup>2</sup>.

Il est demandé aux participants à repenser l'organisation spatiale et à intégrer une esthétique unique, de nouvelles technologies et des matériaux innovants qui feront de la « Glamping cabin » une forme

d'architecture entièrement nouvelle. Le Jury privilégiera les conceptions durables et les projets qui cherchent à résoudre des problèmes économiques, sociaux et culturels par la mise en place de nouvelles méthodes architecturales.

Les résultats du concours seront publiés en mai 2023.

### **Le Projet « Destination Camper Park(ing) »**

Dans le contexte du développement dynamique du marché des camping-cars en Europe, le projet « Destination Camper Park(ing) » a pour ambition d'encourager la création à moyen terme d'un réseau d'aires de séjour pour camping-cars au Luxembourg. Le but est de développer un concept novateur allant au-delà de celui des aires de parking et de service existantes et qui soit capable de répondre aux nouvelles attentes des camping-caristes de demain.

L'objectif est d'encourager le développement sur le territoire national d'une offre haut de gamme dans un segment spécifique du secteur touristique. Ce projet permettra d'une part, d'élargir l'offre d'accueil au sein du pays et d'autre part, de prolonger la saison touristique dans les différentes régions rurales.

# **5. LE TOURISME DE CONGRES**

## **5. LE TOURISME DE CONGRES EN PLEIN CHANGEMENT**

### **5.1. Perspectives et ambitions du secteur business events – une nouvelle stratégie**

Le développement du secteur des Business Events au Luxembourg est une des priorités du gouvernement dans la mesure où il présente un important potentiel de croissance et constitue un moteur indéniable en termes de développement des secteurs économiques prioritaires du Grand-Duché. La Direction générale du tourisme poursuit une politique qui vise à instaurer et à maintenir un cadre propice pour le développement du secteur à long terme.

La crise sanitaire a eu un effet d'accélérateur de certaines tendances déjà existantes notamment la digitalisation, les événements hybrides et virtuels ou encore la durabilité. C'est dans ce contexte que l'élaboration d'une nouvelle stratégie a comme objectif d'identifier de nouvelles opportunités pour ainsi soutenir le développement du secteur en aidant les acteurs à orienter leurs choix d'investissement, d'organisation et d'adaptation de leurs services. La stratégie a été élaborée en concertation étroite avec des représentants de la filière des Business Events au Luxembourg et à l'international.

La Stratégie Business Events 2030, dont les travaux ont débuté en 2022, s'appuie sur une démarche qualitative et quantitative partant des études et des constats sur les mégatendances globales, en considérant les nouveaux enjeux des Business Events et s'appuyant sur les perspectives de marchés et les retours d'une large série d'interviews avec des professionnels du secteur.

Cette approche collaborative, multi-secteurs et multi-géographiques a permis de s'appuyer sur une vision globale pour mettre en place la stratégie nationale pour le secteur des Business Events à l'horizon 2030.

Les visions et contributions d'acteurs majeurs internationaux et nationaux issues des interviews ont permis d'élaborer des axes et des fondamentaux de la Stratégie Business Events 2030. La présentation de la nouvelle stratégie se fera durant le premier trimestre 2023.

### **5.2. Aides financières aux organisateurs de congrès**

Le gouvernement s'est doté en janvier 2015 d'un outil de soutien financier<sup>3</sup> des congrès qui est applicable de manière générale selon des critères clairs et objectifs. La Direction générale du tourisme met en vitrine systématiquement cette ligne de conduite dans le cadre de la promotion du Luxembourg comme destination de congrès dans le but de multiplier les retombées économiques locales.

---

<sup>3</sup> Les détails sont disponibles sur le guichet entreprises : <https://guichet.public.lu/fr/entreprises/financement-aides/aides-tourisme/activite-interet-tourisme-national/subventions-tourisme-congres.html>

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

Pour l'année 2022, une enveloppe de 265.000 euros était à disposition. 15 dossiers ont été acceptés, par rapport à 4 dossiers en 2021.

### **5.3. Aides financières pour manifestations d'envergure internationale**

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

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

Pour l'année 2022, une enveloppe de 150.000 euros était à disposition. 9 dossiers de demande de soutien financier ont été acceptés.

### **5.4. Nos structures partenaires**

#### **Luxembourg Convention Bureau**

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

L'action du LCB est axé sur le volet commercial pour constituer une force de vente permettant d'identifier et de démarcher les congrès en lien avec les secteurs prioritaires du Luxembourg, de nouer le réseau international de contacts nécessaires dans ce domaine et coordonner le processus de candidatures du Luxembourg pour les congrès internationaux. A travers cette force de vente, le LCB vise à contribuer à la politique de promotion économique du Grand-Duché en attirant de l'attention, du know-how, des partenariats et de l'investissement dans les secteurs économiques prioritaires. Un programme de partenariat a été mis en place par le LCB afin de collaborer avec tous les acteurs professionnels de la filière business events. Afin de structurer et alimenter les travaux et réflexions du secteur, l'Advisory Board composé de représentants de toute la filière business events a été constitué.

Fin 2022, le LCB compte 214 partenaires issus de tous les secteurs de la filière événementielle ce qui représente une augmentation de 9% par rapport à 2021. Après deux années de très forte croissance cela représente une stabilité des partenaires du LCB.

1 200 nouveaux contacts ont été identifiés ce qui représente une forte augmentation par rapport à l'année précédente. Ce chiffre important est le résultat d'une année pleine, avec notamment la tenue des principaux salons, IMEX à Francfort et IBTM à Barcelone ainsi que Meeting Show et Heavent Paris.

Le LCB a contribué et soutenu 16 congrès gagnés par la destination Luxembourg dans les secteurs de la médecine, finance, sciences, creative industries, logistiques, recherche, économie.

Le LCB a poursuivi sa stratégie de promotion et de communication en se focalisant sur les marchés de proximité et Europe ainsi que sur les outils digitaux tels que campagnes digitales sur les réseaux sociaux et campagnes media. Des « sales missions » dans le domaine du corporate et associatif ont été menées en Espagne, Croatie, France et Belgique.

Afin de soutenir les actions de promotion, le LCB s'est chargé de créer du contenu digital supplémentaire tel que des vidéos professionnels de la destination en collaboration avec LFT ainsi que des vidéos des fam trips, venues et autres partenaires du LCB.

## **Luxembourg Congrès**

L'année 2022 confirme la reprise de l'activité avec une augmentation du nombre d'événement avec notamment le retour des événements en présentiel. L'European Convention Center Luxembourg a accueilli 125 événements dont 74 événements dans le bâtiment principal et 51 à l'Hémicycle totalisant 33 435 participants.

De plus, 31 réunions du Conseil de l'Union Européenne se sont tenues en présentiel sur l'année 2022. L'année 2022 se termine par conséquent avec un nombre d'événements supérieur à l'année d'avant crise sanitaire (2019) avec une augmentation de près de 23,76 %.

Luxembourg Congrès a engagé de toutes les actions non finalisées de la phase 2 et de la phase 3 du plan au cours de l'année 2022 :

- Développement du système de visioconférence de l'ECCL avec l'installation de 4 nouveaux dispositifs
- Mise en conformité progressive de l'ECCL aux normes « éco-responsables » en vue de l'obtention du label « Green Key »
- 2ème phase de l'étude sur la digitalisation de l'ECCL : analyse des besoins organisateurs
- Développement du démarchage commercial notamment auprès de nouvelles cibles en priorité au Luxembourg
- Participation accrue aux workshops / salons / sales calls digitaux
- Retour à la participation aux workshops/salons en présentiel sur les marchés étrangers "réouverts"
- Mise en œuvre de la nouvelle stratégie et du nouveau Plan d'action communication
- Mise en place du système de signalétique dynamique dans le bâtiment principal
- Réalisation du projet "Terrasse"
- Equipements complémentaires et nouvelles applications suite aux résultats de l'étude sur la digitalisation
- Développement des fonctionnalités du studio digital de webdiffusion
- Adaptation et mise à jour du virtual Tour.

## **6. LES CERTIFICATIONS**



# 6. VERS UNE PROFESSIONNALISATION ACCRUE DU SECTEUR: LES CERTIFICATIONS

## 6.1. La classification<sup>4</sup>

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

### La classification des hôtels

Depuis avril 2017 la Direction générale du tourisme, en étroite collaboration avec l'Horesca, a mis en œuvre une nouvelle classification pour les hôtels, qui est basée sur l'initiative internationale Hotelstars Union, qui a été créée en 2009 sous l'égide de HOTREC - l'organisation regroupant toutes les associations d'hôtels, restaurants, cafés en Europe et regroupe désormais 17 pays membres. Ce partenariat propose une classification des hôtels uniformisée, établie sur la base de directives et de critères communs. A la faveur d'une plus grande transparence et sécurité au bénéfice des clients, l'union s'emploie à étendre la renommée et la qualité de l'hôtellerie de ses pays membres. Le système commun de classification est une construction dynamique, dont les critères et directives sont régulièrement revus et développés pour répondre au mieux aux attentes et besoins de la clientèle.

En 2022, 38 hôtels ont été inspectés. Le tableau de classification se présente comme suit :

- catégorie 5 étoiles Superior: 1
- catégorie 5 étoiles: 0
- catégorie 4 étoiles Superior: 7
- catégorie 4 étoiles: 15
- catégorie 3 étoiles Superior: 7
- catégorie 3 étoiles: 8
- catégorie 2 étoiles Superior: 0
- catégorie 2 étoiles: 0
- catégorie 1 étoile Superior: 0
- catégorie 1 étoile: 0

Au total, 71 hôtels sont aujourd'hui classés au Luxembourg.

### La classification des campings

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

---

<sup>4</sup> <https://classification.lu/>

La classification des campings a l'objectif d'apporter une plus grande transparence de qualité et d'offrir ainsi qu'une information fiable aux clients.

Le système de classification des campings est une construction dynamique, dont les critères et directives sont régulièrement revus et développés pour répondre au mieux aux attentes et besoins de la clientèle.

En 2022, 8 campings ont été inspectés. Le tableau de classification se présente comme suit :

- catégorie 5 étoiles: 0
- catégorie 4 étoiles: 6
- catégorie 3 étoiles: 1
- catégorie 2 étoiles: 0
- catégorie 1 étoile: 0

Au total, 13 campings sont aujourd'hui classés au Luxembourg.

## 6.2. L'EcoLabel<sup>5</sup>

Créé en 1999 avec l'objectif de développer et de promouvoir le tourisme durable au Luxembourg, l'"EcoLabel" s'adresse aux structures d'hébergements touristiques luxembourgeoises et est actuellement détenu par 43 hôtels, campings, auberges de jeunesse, hébergements de groupe et gîtes ruraux. Ces établissements se distinguent par leurs pratiques respectueuses de l'environnement en se concentrant notamment sur la réduction de la consommation d'énergie et d'eau, une gestion efficace des déchets et le recours aux énergies renouvelables. L'"EcoLabel", résultat d'une fructueuse collaboration entre la Direction générale du tourisme, l'Oekozer Pafendall et le ministère de l'Environnement, du Climat et du Développement durable, est aujourd'hui le label de référence au niveau national.

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

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

En 2022, 1 nouvel hébergement a été classé « EcoLabel Luxembourg » et 12 établissements ont renouvelé leur certification.

---

<sup>5</sup> <https://www.ecolabel.lu/>

### **6.3. Le « bed+bike » label<sup>6</sup>**

Ce label a été introduit au Grand-Duché en 2011, en étroite collaboration entre la Direction générale du tourisme et ProVelo.lu. Les établissements qui portent le label font des efforts particuliers dans l'accueil des cyclotouristes, notamment en adaptant leurs services et leurs infrastructures à leurs besoins spécifiques. Le label "bed+bike" exige, entre autres, que les établissements mettent à disposition des visiteurs un local sécurisé pour leurs vélos et des outils pour effectuer de petites réparations sur les vélos, que des informations touristiques spécifiques pour le cyclotourisme soient disponibles sur place et qu'un petit-déjeuner équilibré soit proposé. Ces critères garantissent aux cyclotouristes un accueil, des infrastructures et des renseignements adaptés à leurs besoins.

En 2022, 1 structure d'hébergement a reçu le label « bed+bike », toutes les structures qui ont reçu le label jusqu'à présent ont su maintenir leur statut.

### **6.4. L'EUREWELCOME<sup>7</sup>**

Depuis 2010, le label EureWelcome est attribué par la Direction générale du tourisme du ministère de l'Économie en étroite collaboration avec le Centre National d'Info-Handicap. Le label est attribué aux établissements ou événements touristiques pour reconnaître leurs efforts en matière d'accessibilité et d'hospitalité visant à répondre aux besoins de tous les visiteurs.

En 2022, 16 établissements se sont vu remettre le label EureWelcome.

### **6.5. Les « Green business events »<sup>8</sup>**

Le projet "Green Business Events" vise à réduire l'empreinte environnementale et sociale de tout type d'événement relevant du secteur des Business Events, tels que des congrès, conférences, expositions ou salons.

Ce projet, qui est le pendant du projet "Green Events" du ministère de l'Environnement, du Climat et du Développement durable, permet de développer des solutions événementielles écoresponsables et inclusives. Les organisateurs de Business Events qui respectent des critères d'écoresponsabilité et d'inclusivité précis pourront dès à présent laisser certifier leurs événements avec le logo officiel "Green Business Events" et ainsi valoriser davantage leur démarche responsable.

Les critères d'écoresponsabilité et d'inclusivité à respecter ont été développés en collaboration avec les professionnels du secteur lors d'ateliers dédiés à l'événementiel durable et ont ensuite été testés lors des événements pilotes suivants afin d'assurer qu'ils sont en accord avec les réalités, les besoins et les ambitions du secteur: "Tourism Awards 2021", "Arch Summit 2022", "MOMENTUM 2022: Know, Form, Act" et "Long Live The Summer 2022". Les critères retenus s'articulent autour de sept thématiques: communication, stands d'exposition & mobilier, mobilité, restauration durable, déchets, eau & énergie et accessibilité & inclusivité.

---

<sup>6</sup> <https://bedandbike.lu/>

<sup>7</sup> [www.eurewelcome.com](http://www.eurewelcome.com)

<sup>8</sup> [www.greenbusinesssevents.lu](http://www.greenbusinesssevents.lu)

Afin d'obtenir le logo officiel "Green Business Events", l'organisateur devra tout d'abord prendre contact avec l'Oekozer Pafendall, coordinateur du projet. Lors d'une première entrevue, les conseillers de l'Oekozer Pafendall proposeront un accompagnement individualisé aux organisateurs afin de les soutenir dans leur démarche d'obtention du logo. L'accompagnement ainsi que le conseil individualisé pour les organisateurs d'événements dans le cadre de l'attribution du logo sont gratuits et pris en charge par la Direction générale du tourisme. L'organisateur, dont l'événement candidat aura validé les critères obligatoires ainsi que 50% des critères optionnels applicables à l'événement, signera une charte d'engagement et se verra décerner le logo sous forme digitale pour l'événement en question. Le logo pourra être utilisé par l'organisateur sur tout support de communication avant et pendant l'événement.

La durabilité joue un rôle de plus en plus important pour les événements professionnels. Les organisateurs comme les visiteurs sont à la recherche d'événements écoresponsables et accordent une importance accrue au principe de la responsabilité sociale. Avec le projet des "Green Business Events", nous répondons à cette attente. La Direction générale du tourisme continuera davantage à s'engager dans le domaine la durabilité, et cela bien au-delà du projet des "Green Business Events".

## **7. LEGISLATION**

## 7. UNE LEGISLATION ADAPTEE AUX REALITES DU 21<sup>E</sup> SIECLE

### 7.1. Plus de transparence dans l'invest touristique: le 11<sup>e</sup> programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique<sup>9</sup>

En 2022, la Direction Générale du tourisme a présenté le projet de loi ayant pour objet d'autoriser le gouvernement à subventionner l'exécution d'un onzième programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique<sup>10</sup>. Celui-ci permet de subventionner des projets qui ont trait aux infrastructures touristiques sur la période de 2023 à 2027. Tout en restant dans la continuité des précédents programmes, le projet de loi relatif au onzième programme quinquennal intègre certaines dispositions nouvelles en vue de faciliter la mise en œuvre de ce dernier.

Les changements majeurs prévus dans le onzième programme quinquennal sont les suivants:

Les fondations œuvrant en faveur du tourisme et les parcs naturels ont été ajoutés comme bénéficiaires potentiels d'une subvention. Les communes, syndicats de communes, associations sans but lucratif (ASBL) œuvrant en faveur du tourisme (p.ex. ORT, syndicats d'initiative) ainsi que les groupements d'intérêt économique (GIE) promouvant le tourisme au niveau national (Luxembourg for Tourism et Luxembourg Convention Bureau) resteront éligibles à l'obtention d'une subvention, tandis que les particuliers exploitant des gîtes ruraux seront exclus d'une subvention sur base du 11<sup>e</sup> programme quinquennal. Cette modification assure une cohérence avec les nouvelles dispositions contenues dans le projet de réforme du droit d'établissement qui prévoient l'obligation de demander et d'obtenir une autorisation d'établissement pour l'exploitation d'un hébergement sur une durée de 3 mois ou plus au cours d'une année. Il est à noter que les particuliers exploitant des gîtes ruraux et détenant une autorisation d'établissement pourront profiter des aides dans le cadre de la "loi PME". Les agriculteurs qui exploitent un gîte peuvent d'ailleurs obtenir une subvention de la part du ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement rural.

En ce qui concerne la procédure de demande de subvention, le onzième programme quinquennal établit une liste détaillée d'informations à soumettre à la Direction générale du tourisme afin de permettre à cette dernière de vérifier si le projet rentre dans les prévisions de la loi. Bien que cette démarche a déjà été appliquée par le passé, une telle disposition fait défaut dans le 10<sup>e</sup> plan quinquennal.

Une durée de validité de la décision d'octroi d'une subvention est introduite. Le porteur de projet doit ainsi débiter l'exécution du projet dans un délai de 12 mois au plus (délai renouvelable une fois) après la notification de la décision d'octroi d'une subvention. Il s'agit, par ce biais, de permettre de libérer

---

<sup>9</sup> <https://gouvernement.lu/dam-assets/documents/actualites/2022/10-octobre/20-delles-programme-quinquennal/presentation.pdf>

<sup>10</sup> <https://gouvernement.lu/dam-assets/documents/actualites/2022/10-octobre/20-delles-programme-quinquennal/presentation.pdf>

des fonds en faveur d'autres projets au cas où le demandeur tarderait trop à entamer les travaux, voire, abandonnerait son projet.

Les taux de financements resteront inchangés pour les infrastructures touristiques, les structures d'accueil et d'information touristiques, les infrastructures digitales ainsi que pour la conservation et mise en valeur touristique du patrimoine culturel, naturel et historique (plafond fixé à 50%), tandis que les taux des hébergements touristiques seront adaptés. Le 10e plan quinquennal prévoyait des taux de financements plafonné à 20% pour les campings et les gîtes ruraux exploités par des particuliers, tandis que tout autre type d'hébergement pouvait profiter d'un taux maximal de 50%. Dans le souci d'offrir des conditions équitables, le onzième programme quinquennal fixe un taux maximal de 20% qui s'applique à tout type d'hébergement, à l'exception des auberges de jeunesse et des logements insolites qui profitent d'un taux maximal de 50%. Il est à noter que les projets reconnus d'intérêt national par le Conseil de gouvernement peuvent atteindre un taux de financement de 100%.

L'enveloppe financière allouée aux projets d'infrastructure touristique s'est élevée à 60 millions d'euros pour le 10e programme quinquennal. Le onzième programme quinquennal prévoit d'augmenter l'enveloppe budgétaire à 70 millions d'euros, afin d'être en mesure de mettre en œuvre la nouvelle stratégie touristique qui vise à adapter l'offre existante aux besoins actuels, en particulier dans le tourisme actif, gastronomique et culturel. La mise en œuvre de cette stratégie nécessite des investissements majeurs dans la qualité des infrastructures touristiques auxquelles le onzième programme quinquennal apporte une réponse avec une dotation financière adaptée.

Le programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique permet de mettre en œuvre la nouvelle stratégie touristique à travers des investissements majeurs qui soutiennent la création et la modernisation de projets touristiques tout en épaulant les entreprises du secteur du tourisme. À travers certaines dispositions nouvelles concernant les conditions d'octroi, les bénéficiaires et la procédure de demande de subvention, le onzième programme quinquennal veille à la transparence, la prévisibilité et la qualité des investissements dans le tourisme.

## **7.2. La refonte de la fiche hébergement**

La loi du 24 juin 2008 ayant pour objet le contrôle des voyageurs dans les établissements d'hébergement dispose que les établissements d'hébergement sont tenus de transmettre les fiches d'hébergement à la Police grand-ducale et au STATEC. Avec le système actuellement en place, les données transmises par les établissements d'hébergement sont souvent incomplètes, erronées, transmises tardivement ou pas du tout. De ce fait, l'action de la Police grand-ducale dans le contrôle des voyageurs est très limitée et le STATEC ne reçoit pas suffisamment d'informations sur les flux des voyageurs.

Le projet vise la refonte du système des fiches d'hébergement mis à disposition des établissements d'hébergement et l'interfaçage des données collectées avec les systèmes de la Police grand-ducale et du STATEC. Le projet permettra d'augmenter le nombre de fiches d'hébergement créées en facilitant la collecte et l'encodage des données par les établissements d'hébergements, de diminuer le nombre de fiches erronées et incomplètes reçues et d'améliorer la qualité, l'exhaustivité et l'exploitation des données collectées et partagées avec la Police grand-ducale et le STATEC.

### **7.3. Un nouveau cadre pour les structures d'hébergements touristiques**

En 2022, la Direction générale du tourisme a relancé les discussions avec ses partenaires concernant une éventuelle refonte de la législation actuelle régissant le statut de l'hébergement touristique.

En effet, la législation actuelle qui date des années 1960s comporte nombre de dispositions qui sont soit complètement obsolètes et non appliqués, soit superflues puisqu'entretemps couvertes par d'autres dispositions légales, soit utiles en soi, mais dépassées.

Ainsi il serait non seulement utile, mais également nécessaire d'adapter et de moderniser la législation actuellement en vigueur afin de répondre aux attentes et besoins du secteur de l'hébergement touristique du 21<sup>e</sup> siècle.

Ceci permettrait également de saisir l'occasion et de développer un cadre législatif concernant la dénomination et la classification officielle pour et avec les acteurs concernés, garantissant ainsi non seulement un minimum de qualité et de standards, mais engendrant par conséquent plus de transparence, sécurité et confiance pour toutes les parties prises.



## **8. ACTIONS DE PROMOTION**

## 8. METTRE EN AVANT LE TOURISME: LES ACTIONS DE PROMOTION ET DE SENSIBILISATION

### 8.1. « Lëtzebuerg, dat ass Vakanz ! »

L'édition 2022 de la campagne touristique "Lëtzebuerg, dat ass Vakanz" visait à créer une offre touristique authentique de haute qualité adaptée aux besoins des visiteurs. La campagne s'est focalisée en 2022 sur le tourisme gastronomique avec le projet "Vakanz genéissen"<sup>11</sup>, qui consistait à rassembler cent personnes autour d'une table, installée sur des sites touristiques idylliques. En tant qu'installation mobile, la table a été montée et démontée à six endroits différents pendant les weekends du 23 juillet au 28 août 2022. Concoctés par des chefs locaux, les dîners ont permis de savourer des produits régionaux et de mettre en valeur les savoir-faire du terroir national ([www.vakanz-geneissen.lu](http://www.vakanz-geneissen.lu)).

Comme toutes les années, "Lëtzebuerg, dat ass Vakanz" comprenait également les projets suivants: "Vëlosummer", l'ouverture à travers tout le pays d'itinéraires privilégiés pour les cyclistes; "Movewecarry.lu", le transport de bagages pour les randonneurs et cyclistes, ainsi que le "Guide For One Day", la possibilité de faire découvrir des lieux insolites en tant que guide d'un jour.

### 8.2. Luxembourg Tourism awards<sup>12</sup>

Après avoir lancé les Luxembourg Tourism Awards en 2021, la Direction générale du tourisme poursuit son initiative à travers une 2<sup>e</sup> édition pour permettre au secteur de se mettre en évidence. A travers ce concours, il s'agit de récompenser les acteurs du tourisme dans le but de poursuivre la relance de l'activité et de mettre en lumière la qualité de la destination Luxembourg. La nouvelle édition des Luxembourg Tourism Awards est consacrée au sujet du tourisme actif. Elle s'adresse à tous les acteurs du milieu touristique pouvant présenter une offre en relation avec le tourisme actif.

### 8.3. Guide for one Day<sup>13</sup>

En 2022, la Direction générale du tourisme a organisé la 6<sup>ème</sup> édition de son projet « Guide for one day ». En tant que projet gouvernemental, « Guide for one day » s'adresse aux bénévoles de tous âges, toutes nationalités et de tous horizons, pour devenir ambassadeurs du Luxembourg.

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

L'édition 2022 a été de nouveau un vif succès, avec 31 guides, qui ont offert plus de 93 visites guidées

---

<sup>11</sup> <https://www.visitluxembourg.com/lu/vakanz-geneissen>

<sup>12</sup> <https://tourismawards.lu/>

<sup>13</sup> <https://guideforoneday.lu/>

en langue allemande, française, anglaise, tchèque et luxembourgeoise. Plus de 738 visiteurs ont participé aux tours et visites proposés qui se sont déroulées toute au long de l'été. Plus de 35.000 personnes se sont rendus sur le site [www.guideforoneday.lu](http://www.guideforoneday.lu).

## **8.4. Missions touristiques et participations aux foires et salons touristiques**

A l'instar des années précédentes, la Direction générale du tourisme a prévu de participer en 2022 à différentes foires et salons touristiques organisés à l'étranger et ceci en étroite collaboration avec LFT, LCB et les Offices régionaux de Tourisme afin de promouvoir la destination Luxembourg auprès de différents publics cibles.

Dans le cadre d'une mission de promotion économique et touristique, le Premier ministre, ministre d'État, Xavier Bettel, et le ministre du Tourisme, ministre des Classes moyennes, Lex Delles, se sont rendus en Italie du 26 au 28 octobre 2022.

Afin de promouvoir le Grand-Duché en tant que destination touristique en région Emilia-Romagna, la Direction générale du tourisme a organisé le workshop "Inspiring Travel and Meeting Experiences in Luxembourg" axé tant sur le tourisme de loisirs et de congrès, qui s'adressera aux acteurs clés du secteur du tourisme.

Une délégation avec divers acteurs touristiques, ainsi que l'agence de promotion touristique nationale Luxembourg for Tourism et le Luxembourg Convention Bureau, représentant officiel du Grand-Duché pour la promotion d'événements professionnels, ont accompagné le ministre du Tourisme en Italie.

# **9. OFFICES REGIONAUX DU TOURISME**

## 9. LES OFFICES REGIONAUX DU TOURISME (ORT): PORTE-PAROLLES DU TOURISME SUR LE TERRAIN

Les Offices régionaux du Tourisme, ci-après « ORT » regroupent les principaux acteurs intéressés au développement touristique d'une région, dans l'optique d'une meilleure coordination des activités et d'un professionnalisme accru.

Il existe aujourd'hui un ORT dans chacune des 5 régions touristiques, à savoir :

1. les Ardennes luxembourgeoises « Éislek »;
2. la région Moselle « Miselerland »;
3. le Mullerthal Petite Suisse luxembourgeoise « Mëllerdall-Kleng lëtzebuenger Schwäiz »;
4. le Sud « Minett »;
5. et le Centre/Ouest du pays « Guttland ».

Parmi les membres des ORT figurent :

- des administrations communales ;
- ainsi que plusieurs associations sans but lucratif œuvrant dans l'intérêt du tourisme ;
- les associations et fédérations du secteur de l'hébergement touristique ;
- les parcs naturels ;

Les ORT sont membres du groupement d'intérêt économique Luxembourg for Tourism, ci-après « LFT », qui peut ainsi s'appuyer sur 5 Offices régionaux du tourisme et sur le Luxembourg City Tourist Office (LCTO) pour décliner sa stratégie du tourisme jusqu'au niveau régional, voire local.

Le financement des ORT est assuré d'une part par une dotation annuelle de la Direction générale du tourisme versée à chaque ORT, et d'autre part, par les cotisations des membres des « ORT ».

Afin de permettre la réalisation de projets touristiques, la Direction générale du tourisme a mis à disposition des 5 ORT, une enveloppe budgétaire globale de 300.000 euros supplémentaires.

Celle-ci a permis d'allouer des subventions supplémentaires aux ORT, à raison d'un taux de cofinancement de 75%, ou de 80% et pouvant même aller jusqu'à 100% en fonction du niveau d'importance et de concordance avec les priorités stratégiques nationales, à savoir :

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

# **10. LUXEMBOURG FOR TOURISM**

# 10. L'IMAGE DU LUXEMBOURG A L'ETRANGER: LUXEMBOURG FOR TOURISM

2022 fut une année de consolidation pour Luxembourg for Tourism. Celui-ci a en effet poursuivi ses grands objectifs de positionnement de la marque, et ses stratégies de contenu et numérique.

De même, afin d'ancrer la destination Luxembourg à long terme et de manière hautement qualitative, il a continué à miser sur la création de plus-values dans ses différents projets et réalisations.

Enfin, il a connu deux changements organisationnels : l'élection de Madame Jeanne Tonnar à sa tête, et son rapprochement avec l'Office Régional du Tourisme Éislek.

Le présent rapport présente ci-dessous les grands projets menés par LFT au cours de l'année dernière.

## Étude, veille et connaissance sectorielle

En 2022, afin de suivre en continu l'évolution et les tendances de la demande touristique sur ses marchés, ainsi que les comportements des visiteurs, Luxembourg for Tourism a effectué des enquêtes et des études ciblées. Certaines ont fait aussi l'objet de publications de sa part.

Des enquêtes couvrant l'intégralité du parcours client (« customer journey ») ont été menées auprès de visiteurs en vacances au Luxembourg. Environ 2.900 personnes ont répondu au sondage.

LFT a notamment réalisé les études et publications suivantes :

- LFT Latest Travel Insights (rapports trimestriels et mises à jour sélectives)
- Enquête de population : nouvelle édition 2022 et suivi régulier des Indicateurs Clés de Performance (Perception du tourisme au Luxembourg, Impact du tourisme au Luxembourg, ...)
- Chiffres clés du tourisme 2021

Luxembourg for Tourism a par ailleurs collecté et analysé en permanence des données sur les intentions de voyage, sur les recherches et les réservations des visiteurs potentiels en matière d'hébergements et de vols (European Travel Commission, Deutsche Reiseanalyse).

Il a en outre participé à deux évaluations spéciales de la Deutsche Reiseanalyse : Inspiration et informations de voyage et l'Étude de tendance 2030.

LFT a de même continué à piloter en permanence la réputation en ligne de la destination, à travers une analyse des sentiments sur les réseaux sociaux et sur les plateformes d'évaluation.

Il a aussi conçu un tableau de bord reprenant les principaux indicateurs touristiques par marché. Il a mis en place un projet de compilation et d'analyse des données de téléphonie mobile, qui offre ainsi une vision plus granulaire et globale de la fréquentation et des déplacements touristiques des visiteurs étrangers sur le territoire.

## Digital management

En 2022, Luxembourg for Tourism a également continué la transformation digitale de ses activités et

accru son offre en ligne, à travers de nouveaux projets et outils numériques destinés au grand public, aux professionnels et aux partenaires du tourisme.

Trois projets majeurs ont ainsi été initiés : le déploiement du nouveau portail [visitluxembourg.com](http://visitluxembourg.com) ; la réalisation et le lancement des premiers microsites régionaux ; la conception d'un portail B2B (lancement prévu au 1er trimestre 2023).

Ce site a pour objectif de canaliser les besoins des différents acteurs touristiques (du journaliste au partenaire local).

Il constitue la future plateforme de communication entre les différents partenaires touristiques.

Ces trois chantiers font suite au renouvellement de l'infrastructure digitale, et au lancement d'une nouvelle plateforme de contenus et de services en 2021.

Ils répondent également aux défis actuels et à la stratégie touristique de LFT pour : une gestion plus efficace des différentes ressources et collaboration forte avec les partenaires ; une offre numérique moderne et orientée vers les besoins de l'utilisateur dans un monde digital très concurrentiel.

Autres projets numériques et de contenus

- Mise à disposition des CMS pour les microsites des autres régions
- Adaptations de la « VisitLuxembourg App » : intégration des offres et événements, conception pour la refonte de l'écran d'accueil
- Coopération avec le département de l'Intégration du ministère de la Famille, de l'Intégration et à la Grande Région, à une plateforme d'information virtuelle sur le vivre ensemble interculturel au Luxembourg
- Création des Landing Pages : « Vakanz genéissen », « Vëlosummer », mission économique au Portugal, « LuciTV », « IddienSchmëtt », « Stauséi »
- Optimisation SEO et adaptations techniques pour améliorer le référencement de LFT
- Plateforme de partage de données imx.Platform : optimisation et création de nouvelles fonctionnalités ; mise à disposition des partenaires, syndicats d'initiative et des hébergements
- Définition d'un concept de gamification pour « VisitLuxembourg App »

En 2022, le site [www.visitluxembourg.com](http://www.visitluxembourg.com) a reçu 3.694.217 visites. La VisitLuxembourg App a été téléchargée 41.599 fois ; soit 58.012 téléchargements depuis le lancement de l'application. La LuxembourgCard digitale a enregistré 14.706 entrées.

## **Campagnes média**

Luxembourg for Tourism a en 2022 renforcé sa présence médiatique : à travers ses actions de communication publicitaire payantes, dans la presse et dans les espaces publics, et à destination de ses marchés et segments de clientèle cibles. L'objectif était d'offrir une forte visibilité du Luxembourg, avec des messages privilégiant l'honnêteté et la confiance. Le tout, conformément aux tendances de la demande touristique et au potentiel de visites identifiés.

LFT a organisé des campagnes d'image inspirantes (annonces) auprès de grands médias généralistes. La priorité a ensuite été accordée aux campagnes d'activation ciblées. Destinées aux « Explorers », « Nature-Loving Actives » et aux « Perfection Seekers », certaines ont été menées via des médias internationaux spécialisés, sur les thèmes « nature », « outdoor », « culture » et « tourisme urbain ».



D'autres campagnes ont aussi été réalisées via des partenariats avec des marques de sports de plein air (SportScheck, Vaude & Globetrotter...).

Un spot cinéma présentant la destination Luxembourg a en outre été diffusé dans 106 salles du Bad-Württemberg, de Hesse et de Rhénanie du Nord-Palatinat.

Des affiches ont aussi été déployées sur les panneaux du métro parisien (Luxembourg Art Week & Mudam) et à l'aéroport de Luxembourg.

LFT a en outre coordonné et créé le contenu de campagnes estivales nationales de la Direction générale du Tourisme : « Lëtzebuerg - dat ass Vakanz » et « Vélosommer ». Il a de même collaboré au projet « Qualitéitswanderregioun Éislek » via une campagne de communication.

Canaux de promotion et marchés ciblés

- - BE, DE, FR, NL, UK, CH, IT, ES, AT
- - Papier, en ligne, radio, cinéma
- - Médias spécialisés (outdoor, gastronomie...)

## Exemples médias

Elle.fr ; Paris Match ; Le Routard ; Voyager Ici et Ailleurs ; The Guardian ; The Telegraph ; Die Zeit ; Elle Traveller ; Woman ; Corriere della Sera ; Le Vif ; Knack ; Jan ; La Vanguardia ; El Mundo

## Content & communication

Luxembourg for Tourism a poursuivi en 2022 ses activités de publication de contenus B2C et de communication B2B, conformément à ses stratégies de positionnement de marque.

Les contenus B2C réalisés (en ligne et imprimés) ont principalement concerné la rédaction de textes et d'articles publiés sur le site visitluxembourg.com. Il s'agissait aussi de contributions et d'articles de presse pour les campagnes média.

LFT a en outre contribué à la production, à la communication et à la diffusion des opérations d'été « Lëtzebuerg, dat ass Vakanz » et « Vélosommer ».

Dans le cadre de ses Éditions Visit Luxembourg, le GIE a de même réalisé et publié les 4e et 5e numéros du magazine de destination « Luci – Inspiring Travel Stories from Luxembourg », qui a remporté plusieurs prix de design, comme le « iF DESIGN AWARD ».

Le Pocket Guide et la Pocket Map « 100 things to do » ont fait l'objet d'une réédition, respectivement de 40.000 et de 10.000 exemplaires.

Au total, 173.466 brochures ont été distribuées, entre autres auprès des ambassades et des partenaires, dont 44.284 sur les aires d'autoroutes.

La communication B2B avait pour objectifs de présenter et de mettre en valeur les activités de LFT auprès de ses partenaires (rédaction d'articles et de Landing Pages pour le site B2B de Trade). Cette communication a été également relayée et publiée sur son compte LinkedIn.

Pour la réalisation de l'édition de LUCI TV, Luxembourg for Tourism a pris en charge la sélection du lieu de tournage, des principaux sujets et des acteurs de la plateforme. Il a aussi effectué le travail de contenu (du storyboard aux productions vidéo complètes).

LUCI TV est un programme conçu et produit au format TV par LFT, et qui présente en trois langues des expériences de voyage inédites au Grand-Duché à une audience composée exclusivement de professionnels du tourisme, issus de pas moins de 15 pays.

## **Coopérations presse internationale**

En 2022, Luxembourg for Tourism a poursuivi sa collaboration avec les agences de presse. Il a développé de nouveaux liens avec les médias et a continué à générer de nombreuses opportunités de publication.

Sa présence sur des événements et des workshops a contribué à susciter un intérêt croissant de la part des blogs et médias pour la destination.

LFT a poursuivi ses collaborations étroites avec des agences de presse présentes en Allemagne, en Belgique, aux Pays-Bas et en France.

Grâce à cette démarche de confiance auprès des acteurs et des réseaux de journalistes, il a continué à développer de nouveaux liens avec les médias, et à générer des opportunités de publication : notamment grâce à la diffusion de communiqués, de newsletters et de productions audiovisuelles.

Le GIE a aussi accueilli près d'une centaine de journalistes et blogueurs, au cours des voyages de presse qu'il a organisés pour le compte de nombreux médias. Des productions télévisuelles de grande envergure ont ainsi été réalisées, entre autres avec la RTBF (Belgique), BFMTV et France 3 Lorraine (FR).

À travers ses collaborations et activités, il a donc contribué à asseoir le positionnement de la destination auprès des médias et blogueurs ciblés, et à promouvoir les valeurs de fiabilité, d'ouverture et de dynamisme de la marque touristique luxembourgeoise.

Luxembourg for Tourism a été aussi présent au bureau de presse de l'Expogast – Villeroy & Boch Culinary World Cup (26-30.11.2022) : il a pu fournir de nombreux conseils aux journalistes, et répondre à leurs questions concernant la destination Luxembourg.

Il a de plus participé aux Antor Media Workshops en Belgique et aux Pays-Bas (21 et 29.11.2022) : il a mené des entretiens individuels auprès de 70 journalistes et blogueurs. Ceci, afin d'identifier leurs besoins et intérêts, conformément à sa stratégie média, et en vue de collaborations futures.

Il a par ailleurs accueilli la conférence annuelle de l'Association des Journalistes de Voyage allemands'(VDRJ, 29.09 – 02.10.2022), afin de susciter leur intérêt pour la destination Luxembourg et ses atouts. 36 journalistes spécialisés s'étaient déplacés depuis toute l'Allemagne.

## **Social media**

Luxembourg for Tourism a en 2022 consolidé son activité et sa visibilité. Il a élargi ses communautés sur les réseaux sociaux. Ceci, via notamment des partenariats avec des sites dédiés, des blogueurs et des influenceurs.

Activités et visibilité accrues : après des performances plus faibles en 2021, en raison de quelques perturbations liées à la pandémie, LFT a en 2022 enregistré des résultats plus élevés sur l'ensemble de ces trois comptes et canaux de communication LinkedIn, Facebook et Instagram.

LFT a également connu un accroissement de ses followers : sa communauté Instagram est passée de

61.000 à 76.000 inscrits ; celle de Facebook de 69.000 à 76.000 membres ; celle du réseau professionnel LinkedIn de (2.800 à 3.700 followers). Comparée à 2021, la présence de LFT sur LinkedIn a généré une hausse des impressions de 30% et des engagements de 35%.

La publication de vidéos courtes (Reels) sur Instagram, une tendance qui connaît actuellement un très large succès, a généré à chaque jusqu'à 250.000 vues.

En 2022, LFT a également mené des collaborations fructueuses avec des blogueurs et influenceurs de nombreux pays (IT, FR, ES, BE, MX, GR, US).

L'utilisation du « User Generated Content » a continué à représenter une source quasi-illimitée de contenus.

Luxembourg for Tourism a continué à collaborer en tant que membre de la European Travel Commission (ETC). En 2022 comme en 2021, la destination Luxembourg a enregistré de très bons résultats. Au sein de cette communauté, le Grand-Duché a été retenu comme exemple de meilleures pratiques et de contenus très performants.

La Story « Five Day Trips from Luxembourg City » a en outre été l'histoire la plus performante en Europe (taux d'interaction de 80 %, CTR de l'histoire de 5,72 %) selon les chiffres partagés en octobre 2022, où ont compté 24 articles, 659.000 impressions Google et 46.000 vues.

## **International Trade & Public Relations**

En 2022, Luxembourg for Tourism a continué à déployer ses activités Trade, à travers : une présence continue sur les foires B2B et B2C ; des actions de réseautage auprès des professionnels du voyage ; une communication digitale émotionnelle (via Luci TV), des activités promotionnelles (FAM trips) ; des missions touristiques en Europe, au Moyen-Orient et en Amérique du Nord.

Sur les marchés limitrophes, le GIE a participé à des foires B2B (RDA, Cologne) et thématiques grand public (Caravan Salon de Düsseldorf).

Afin de développer son réseau, il a aussi organisé des « networking workshops » dédiés aux professionnels du voyage, en présentiel et en coopération avec les ambassades et consulats généraux du Luxembourg sur ces marchés. Ces ateliers de réseautage comprenaient une présentation multimédia de la destination, une session de « speed dating » entre professionnels invités et partenaires du Luxembourg, ainsi que des moments conviviaux et dînatoires. L'objectif était de créer une communication émotionnelle pour les premiers contacts (touristes, presse, influenceurs).

Le Networking Workshop de Francfort (Frankfurt Main Nizza, 16-18.09.2022) a ainsi réuni 57 participants. Celui de Madrid (28.11.2022) a accueilli 62 professionnels du tourisme et des médias, et a donné lieu à 10 articles de presse et 2 interviews radio.

Par ailleurs, sa démarche digitale de visibilité a continué à porter ses fruits avec la réalisation de l'émission LUCI TV diffusée en direct et en trois langues. Le programme était destiné aux marchés allemand, suisse et autrichien (édition germanophone), aux marchés français, belge, suisse et monégasque (édition française), et aux marchés néerlandais, belge, britannique, espagnol, portugais, des Émirats arabes unis, brésilien, irlandais et étatsunien (édition anglaise).

Les contacts cibles étaient les voyagistes, les autocaristes, les agences de voyages indépendantes, les agences réceptives (DMC) et la presse. L'objectif était à chaque fois de créer une communication émotionnelle auprès des premiers contacts touristiques, presse, et influenceurs.

Suite à ces évènements, le Luxembourg figure dans 40 programmes touristiques en 2023, auprès des tour-opérateurs participants. 70% de ces tour-opérateurs ont regardé un des épisodes de Luci TV.

LFT a enfin pris part à des missions touristiques au Portugal, à Dubaï (Sales Mission), en Italie, et au Canada (Festival Cinémania Montréal). Le but était d'une part de renforcer la notoriété du Luxembourg en tant que destination de voyage, lors des premiers contacts avec les professionnels du voyage locaux et les médias spécialisés ; et d'autre part d'analyser et de mieux comprendre la structure des contacts commerciaux locaux.

## **Changements organisationnels**

Le 27 avril 2022, Madame Jeanne Tonnar a été nommée à la présidence de LFT, lors de l'assemblée générale du GIE. Elle succède à Monsieur Romain Weber, qui a dirigé LFT de 2016 à 2022. Monsieur Weber a lui été nommé président d'honneur de Luxembourg for Tourism.

L'assemblée générale a en outre acté le rapprochement de LFT et de l'Office Régional du Tourisme Éislek. Les deux entités ont joint leurs équipes au service de la promotion et du développement du tourisme luxembourgeois.

**DIRECTION GENERALE CLASSES  
MOYENNES**

# 12.PREAMBULE

## 12. PREAMBULE

Suite à des années 2020 et 2021 impactées par les conséquences économiques de la pandémie du Covid-19, 2022 s'est caractérisée par une reprise et un "phasing-out" progressif des mesures de soutien temporaires aux petites et moyennes entreprises (PME), à savoir l'aide pour coûts non couverts et l'aide de relance.

Le contexte de la guerre en Ukraine, la crise énergétique et les fortes tensions sur les marchés des matières premières ont cependant nécessité un accompagnement de la part de la Direction générale des classes moyennes afin d'épauler les PME et les indépendants à travers différentes nouvelles mesures de soutien, notamment le régime d'aide aux entreprises moyennes consommatrices d'énergie. La Direction générale des classes moyennes a également mis en place les "SME-Packages" qui s'adressent aux PME souhaitant relever les défis et saisir les occasions en matière de transition énergétique, de transformation digitale et d'optimisation de la relation client.

Il convient de noter en outre que la Direction générale des classes moyennes s'est également consacrée à ses priorités politiques afin d'instaurer et de maintenir un cadre propice à la création et au développement des petites et moyennes entreprises. La réforme du droit d'établissement, dont le projet de loi a été déposé en 2022, permettra de renforcer cet encadrement. Cette réforme stimulera l'esprit d'entreprise et dynamisera le développement du secteur des petites et moyennes entreprises. Le principe de seconde chance suite à une faillite, la simplification de l'accès à certaines professions artisanales, la facilitation des démarches administratives et la simplification de la transmission d'entreprise représentent des opportunités inédites dans ce contexte. Le droit d'établissement sera de plus adapté aux nouvelles réalités à travers la nouvelle réforme, notamment en encadrant la location de courte durée suite à l'apparition de nouveaux modèles de 'sharing economy'.

La Direction générale des classes moyennes a également poursuivi l'élaboration du cinquième Plan d'action PME afin de garantir un soutien efficace des petites et moyennes entreprises dans le moyen et long terme.

Au-delà de la mise en œuvre de ces priorités politiques, la Direction générale des classes moyennes a accompli ses tâches traditionnelles, telles que le traitement des dossiers en matière d'autorisations d'établissement ou l'assistance aux petites et moyennes entreprises dans le financement de leurs projets d'investissement.

# **13.MESURES DE SOUTIEN AUX PME**



# 13. MESURES DE SOUTIEN AUX PME DANS LE CADRE DU COVID-19 ET DE LA CRISE ENERGETIQUE

## 13.1. Phasing out des aides liées à la pandémie Covid-19

Les aides liées à la pandémie Covid-19 étaient encore disponible jusqu'au 30 juin 2022 pour le Fonds de relance et ainsi que l'aide coûts non couverts.

Pour l'aide de l'avance remboursable les premières entreprises ont commencé leurs remboursements au dernier trimestre 2021. A la date du 31/12/22 plus 28,3 millions ont déjà été remboursé sur près de 157 millions déboursés. Dans le cadre de l'avance remboursable 2.193 dossiers positifs ont été traités. Nous comptons 172 entreprises en faillite et 1908 Plan de remboursements actifs.

Pour le Fonds de relance et la nouvelle aide de relance 2.331 demandes ont été soumises à la Direction générale des classes moyennes pour les mois de janvier à juin 2022 :

- 1.975 dossiers ont été avisés favorablement ;
- 356 dossiers ont été refusés ;

Le total déboursé pour ces 6 mois est 16.890.234 €.

Pour le régime d'aide des coûts non couverts 636 demandes ont été soumises à la Direction générale des classes moyennes pour les mois de janvier à juin 2022 :

- 518 dossiers ont été avisés favorablement ;
- 117 dossiers ont été refusés ;

Le total déboursé pour ces 6 mois est 11.163.804 €.

Le tableau en annexe récapitule tous les régimes d'aides Covid-19 :

Nombre de demandes traitées	76.601
Aides d'urgences (5.000 et 12.500 ainsi que l'aide commerce de détail)	86.088.678
Aides pour indépendants	34.182.000
Avance remboursable	155.572.322
Compensation Salaire Soical Minimum	3.030.173
Fonds de relance	131.489.298
Couts non couverts	176.819.846
Grand Total	587.182.317

## **13.2. Les aides en matière d'énergie (loi du 15 juillet 2022)**

**Loi du 15 juillet 2022 visant à mettre en place un régime d'aides aux entreprises particulièrement touchées par la hausse des prix de l'énergie causée par l'agression de la Russie contre l'Ukraine.**

Dans le cadre de la loi du 15 juillet 2022 visant à mettre en place un régime d'aides aux entreprises particulièrement touchées par la hausse des prix de l'énergie causée par l'agression de la Russie contre l'Ukraine, plusieurs régimes d'aides ont été mis en place.

Durant l'exercice 2022 la Direction générale des classes moyennes a traité 292 demandes :

Régime « Gasoil »	220 demandes pour 1.924.763 € décidées
Régime « Grands consommateurs »	64 demandes pour 137.420 € décidées
Régime « moyens consommateurs »	8 demandes pour 202.111 € décidées

# **14.LE DROIT D'ETABLISSEMENT**

## 14. LE DROIT D'ETABLISSEMENT DES PME

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

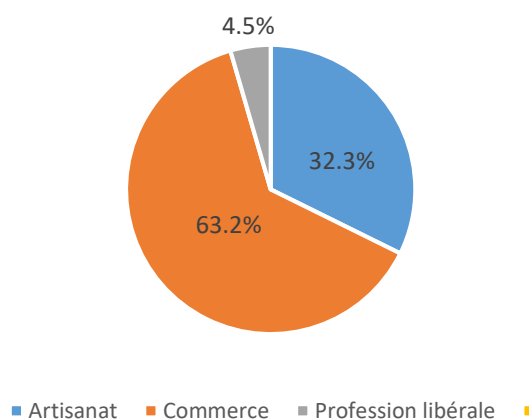
### 14.1. Autorisations d'établissement

En 2022, la Direction générale des classes moyennes a connu une légère régression dans le traitement des dossiers en matière d'autorisations d'établissement (12.566 demandes en 2022 contre 12.580 demandes en 2021) dû au contexte économique difficile.

Un total de 11.029 autorisations a ainsi pu être délivré à l'issue de l'instruction administrative (contre 11.143 en 2021), dont 2.916 autorisations dans le secteur de l'artisanat (contre 2.886 en 2021), 7.635 autorisations dans le secteur commercial (contre 7.754 en 2021) et 478 en vue de l'exercice d'une profession libérale (contre 503 en 2021).

Secteurs d'activité	Artisanat	Commerce	Prof. libérales	Total
Autorisations délivrées	2.916	7.635	478	<b>11.029</b>
Autorisations refusées	1.147	310	80	<b>1.537</b>
Autorisations demandées	<b>4.063</b>	<b>7.945</b>	<b>558</b>	<b>12.566</b>

Demandes d'autorisations d'établissement traitées en fonction du secteur d'activités



### Dossiers d'autorisation d'établissement traités<sup>14</sup>

1 <sup>ère</sup> demande d'autorisation d'établissement	5.869
Modification d'autorisations d'établissement	5.271
<b>Total dossiers de demandes d'autorisations d'établissement</b>	<b>11.140</b>
Annulations d'autorisations d'établissement	2.411
Révocation d'autorisations d'établissement	815
<b>Total dossiers traités</b>	<b>14.366</b>

## 14.2. Demandes de prestataires étrangers pour services occasionnels

Les activités d'entreprises artisanales transfrontalières qui ne sont pas établies au Luxembourg, mais qui y prestent des services, sont soumises à une déclaration préalable donnant lieu à l'émission d'un certificat de déclaration préalable. Ainsi, 4.851 demandes de certificats ont été soumises en 2022 (contre 4.897 certificats en 2021), ce qui témoigne que le marché luxembourgeois demeure attractif en tant que moteur économique de la Grande Région.

Statut du certificat	Nombre
Certificats délivrés	4.358
Certificats refusés	421
Demandes en traitement	45
Certificats demandés	<b>4.851</b>

Étant donné que ces certificats ont une durée de validité limitée à 1 an, il est pertinent de préciser que les renouvellements de certificats représentent quelques 69 % du total des demandes, contre 31 % pour les 1<sup>ères</sup> demandes de certificats.

## 14.3. La réforme du droit d'établissement

Le projet de loi (7989) portant modification de la loi modifiée du 2 septembre 2011 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales a été déposé le 8 avril 2022.

Il s'agit notamment de mettre en place un système avec autorisations d'établissement dématérialisées, consultables à tout moment par les consommateurs, et d'accroître les échanges avec le LBR afin de diminuer le nombre de procédures administratives pour les entreprises.

Jusqu'à fin 2022 onze avis ont été soumis à la Chambre des Députés et le vote de la loi est attendu pour début 2023.

---

<sup>14</sup> Un dossier est réceptionné par courrier ou via le portail du Guichet Unique. Un numéro de traitement unique lui est assigné. Chaque dossier est traité dans son ensemble et peut contenir une ou plusieurs demandes d'exercice d'activité. Un dossier peut par exemple concerner une personne qui veut exercer trois activités dans des secteurs différents. Dans ce cas ce dossier contient trois demandes, par exemple une demande dans le secteur de l'artisanat, une demande dans le secteur du commerce et une dernière pour une profession libérale. Chaque demande peut, après traitement, aboutir à la délivrance d'une autorisation ou à un refus.

## 14.4. A l'écoute du monde économique

La Direction générale des classes moyennes est en contact permanent avec le monde économique en général et plus particulièrement celui des petites et moyennes entreprises. Pour permettre aux PME l'entrée en contact, plusieurs moyens de communication ont été mis en place. Ainsi, mis à part la voie classique du courrier postal, les PME peuvent contacter la Direction générale des classes moyennes via une *hotline* spécialement mise en place pour traiter les questions relatives aux autorisations d'établissement. En 2022, les agents de la Direction générale ont répondu à un total de près de 12.000 appels (contre 12.600 en 2021).

Par ailleurs, plus de 23.500 courriels ont été reçus à l'adresse mail dédiée aux questions relatives aux autorisations d'établissement (contre 20.700 en 2021) et les agents de la Direction générale ont eu 440 entrevues avec des clients (contre 364 en 2021). Etant donné que la Direction générale des classes moyennes participe au projet de la *House of Entrepreneurship* et qu'elle y dispose d'un bureau, ces entrevues ont eu lieu en très large partie à la *House of Entrepreneurship* même. En tant qu'interlocuteur privilégié des petites et moyennes entreprises, la Direction générale des classes moyennes s'est également tenue à la disposition des entreprises pour les aider dans leurs différentes questions relatives aux aides liées à la crise du Covid-19.

# **15.LES AIDES AUX ENTREPRISES**

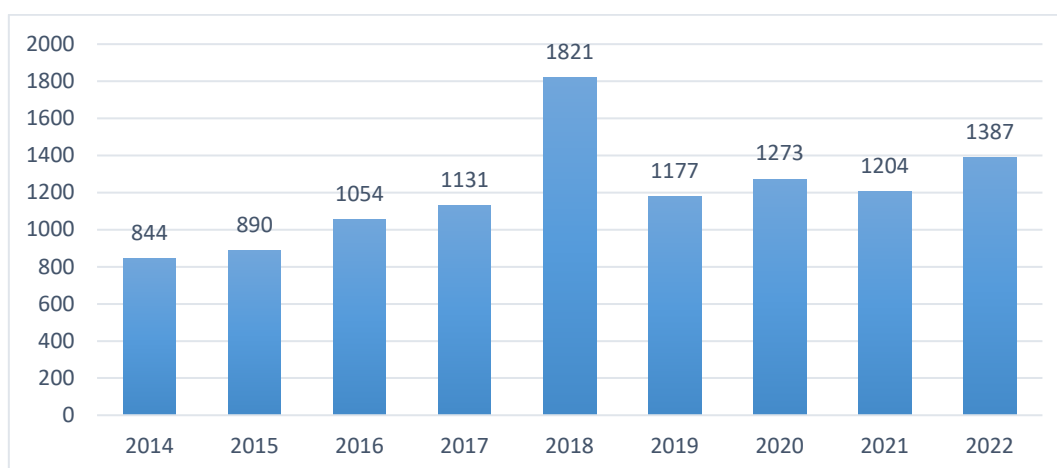
## 15. LES AIDES AUX ENTREPRISES DU SECTEUR DES CLASSES MOYENNES

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

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

La loi relative au régime d'aides en faveur des PME a pour objectif d'aider financièrement les entreprises qui souhaitent investir et peut dès lors être considérée comme un réel incitatif à l'investissement.

Évolution du nombre des demandes dans le contexte de la loi relative au régime d'aides en faveur des PME :



Détail des dossiers commissionnés en 2022 :

Catégorie	Demandes	Montant éligible	Montant accordé
Artisanat	431	69 888 445 €	10 147 203 €
Commerce	191	17 329 044 €	2 654 065 €
Horeca	136	29 734 000 €	4 600 603 €
Architectes / ingénieurs	22	1 071 432 €	133 002 €
<b>Total</b>	<b>780</b>	<b>118 022 921 €</b>	<b>17 534 873 €</b>



## 15.2. Fit for Digital

Les demandes introduites dans le cadre du programme Fit for Digital (programme de soutien à la compétitivité des PME pour l'étude et la mise en place d'une stratégie digitale) ont diminué par rapport à 2021.

Nombre des demandes Fit for Digital :

Année	Demandes	Montant accordé
2018	67	335 000 €
2019	117	585 000 €
2020	91	455 000 €
2021	115	575 000 €
2022	43	215 000 €

## 15.3. SME Packages

Dans le contexte de l'évolution de la crise énergétique actuelle et de ses importantes conséquences économiques, les petites et moyennes entreprises nécessitent des programmes de soutien qui leur permettent de renforcer leur résilience et de s'adapter aux défis futurs. Dans cette perspective les « SME Packages » s'adressent aux PME souhaitant de relever les défis et de saisir les occasions en matière de transition énergétique, de transformation digitale et d'optimisation de la relation client.

Programme	Demandes	Montant accordé
SME Packages-Digital	181	905 000 €
SME Packages-Service	10	60 000 €
SME Packages-Sustainability	3	26 100 €
Fit for Resilience	4	54 000 €
ESR Label	1	2 600 €

## 15.4. Crédit d'équipement

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

Année	Artisanat	Commerce	Secteur HORECA
2018	7 312 468 €	2 902 000 €	451 000 €
2019	0 €	140 000 €	2 495 000 €
2020	1 571 600 €	534 000 €	116 000 €
2021	7 727 500 €	7 845 000 €	30 000 €
2022	10 267 000 €	5 667 500 €	8 736 750 €

# **16.POLITIQUE EN FAVEUR DES PME**

## **16. LA MISE EN ŒUVRE D'UNE POLITIQUE EN FAVEUR DES PME**

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

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

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

En ce qui concerne l'élaboration de ce 5ème plan d'action, les groupes de travail ont achevé leurs travaux.

La Direction générale dispose désormais des éléments nécessaires sur les différents éléments à implémenter potentiellement dans le plan d'action. A cet égard, la Direction générale a pris contact avec une douzaine de ministères et d'administrations afin de mener des discussions et des négociations thématiques interministérielles. Ce document est en cours de finalisation.

### **16.2. Les « Pakts »**

#### **16.2.1. Le « Pakt Pro-Commerce »**

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

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

##### **1° L'analyse**

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

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

A noter que la gestion du « Cadastre de Commerce » a été confiée à l'Observatoire des PME, GIE émanant du Pakt Pro Commerce.

Aujourd'hui les informations obtenues sont disponibles pour le grand public sur [www.cadastre.lu](http://www.cadastre.lu) de façon abrégée et avec un degré plus fin sur [www.localyze.lu](http://www.localyze.lu) pour les porteurs de projets et les communes.

## **2° La digitalisation**

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

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

## **3° Le commerce urbain**

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

## **4° La culture du service**

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

## **5° La promotion économique**

Cet axe prévoit l'initiation d'une action de marketing et de communication pour promouvoir et pérenniser le positionnement du Luxembourg en tant que lieu d'achat de référence dans le contexte transfrontalier. En conséquence, ce pacte concrétise encore davantage la collaboration existante entre la Direction générale des classes moyennes, la clc et la Chambre de Commerce et permettra de redynamiser le commerce national.

## **16.2.2. Le « Pakt Pro-Artisanat »**

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

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

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

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

### **2° La transmission d'entreprise**

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

### **3° La culture et la qualité du service**

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

### **4° La digitalisation des entreprises et « Artisanat 4.0 »**

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

## **16.3. House of Entrepreneurship**

La House of Entrepreneurship, lancée en octobre 2016 sous l'impulsion de la Direction générale des classes moyennes et de la Chambre de Commerce, fédère l'ensemble des parties prenantes intervenant dans la chaîne de valeur de la création, du développement et de la transmission d'entreprises au Luxembourg. Ce point de contact national, dédié à l'entrepreneuriat, propose une offre consolidée de services aux porteurs de projets entrepreneuriaux, aux dirigeants établis et

rassemble tous les partenaires sous un même toit. Ses conseillers accompagnent les entrepreneurs tout au long du cycle de vie de leur entreprise et les guident à travers les thématiques suivantes :

- création d'entreprise et gestion d'entreprise ;
- accompagnement et développement ;
- digitalisation grâce l'implémentation d'outils digitaux à travers les Fit4Digital Packages ;
- financement à travers l'octroi de cautionnements ;
- reprise et cession d'activité ;
- assistance dans la gestion documentaire et numérique.

La collaboration entre la Direction générale des classes moyennes, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers permet de mettre en place un soutien significatif, notamment aux créateurs, aux dirigeants établis et repreneurs d'entreprise. La House of Entrepreneurship a pu prendre en charge plus de 50.000 demandes émanant d'entrepreneurs en 2022.

A l'instar de ce qui a été fait pendant la pandémie, la House of Entrepreneurship est à la disposition des entreprises pour les questions en matière d'aide pour faire face au surcoût de l'énergie.

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

## **16.4. Formation accélérée pour chefs d'entreprises**

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

Des tests sont organisés pour 3 activités différentes, à savoir :

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

Formations	Sessions	Inscriptions	Participants
Accès aux professions de l'immobilier	12	847	800
Accès aux professions de l'Horeca	17	375	346
Accès aux professions de transporteur de marchandises et/ou voyageurs par la route	1	30	24

Les résultats des tests clôturant actuellement les différentes formations accélérées, organisées sous la tutelle de la Direction générale des classes moyennes, sont repris dans le tableau ci-dessous.

Examens	Participants	Réussites	% de réussites
Accès aux professions de l'immobilier			
- Agent immobilier	676	558	83 %
- Promoteur immobilier	667	379	57 %
- Syndic immobilier	632	349	55 %
Accès aux professions de l'Horeca	326	255	78 %
Accès aux professions de transporteur			
- Transporteur de marchandises	24	19	79 %
- Transporteur de voyageurs	14	13	93 %

## 16.5. Projets et initiatives

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

### 16.5.1. Luxembourg for Shopping GIE

Comme en 2021, la plateforme de vente en ligne Letzshop.lu, gérée par le groupement d'intérêt économique (GIE) Luxembourg for Shopping, a continué à apporter son soutien aux secteurs du commerce et du Horeca.



En effet, il a été décidé par le conseil de gérance d'exonérer les commerçants de la cotisation annuelle pour l'année 2022 comme c'était d'ailleurs déjà le cas pendant l'année 2020 et 2021.

### **16.5.2. « Observatoire national des PME GIE**

Le GIE « Observatoire national des PME » a été créé en novembre 2020 et est destiné à promouvoir le commerce et l'artisanat au Luxembourg ainsi qu'en dehors du Luxembourg. Il concourt à la mise en œuvre des politiques générales de promotion des petites et moyennes entreprises et facilite la mise en œuvre de différentes mesures pour l'encadrement de la politique des PME. Le GIE émane du Pakt Pro Commerce et a comme objet l'élaboration, la mise en place et la gestion d'une base de données et d'une plateforme permettant de cartographier l'offre commerciale existante sur le territoire national.

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

Le « cadastre du commerce » permet d'avoir une vue d'ensemble de l'évolution structurelle de différents secteurs économiques, comme le commerce de détail, l'artisanat alimentaire ou le secteur Horeca. Grâce à la technologie SIG intégrée, les données du cadastre du commerce peuvent également être affichées spatialement et visuellement sur une carte, analysées et reliées à d'autres données du marché. L'outil est destiné à aider, entre-autres, toutes les communautés à mieux comprendre leur propre situation et à les soutenir dans la prise de décisions appropriées - que ce soit dans le domaine de l'aménagement du territoire, de l'urbanisme, du marketing urbain ou du développement des affaires.

À l'avenir, les actualisations et évaluations régulières de données devraient permettre d'identifier les changements et tendances de l'infrastructure d'approvisionnement ainsi que d'anticiper à temps les défis. L'objectif est de mettre en place une série de mesures de stabilisation et de développement en continu de sites commerciaux. Le projet cadastre jette pour l'avenir les bases des décisions en matière de politiques de développement, aux niveaux local, régional et national.

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

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

En 2021, le programme avait été remanié de manière telle qu'un nombre plus grand d'écoles puisse y avoir accès. Ainsi, le projet Sustainable Entrepreneurial Schools, qui résulte de la coopération entre le SCRIPT et la Direction générale des classes moyennes, a comme objectif d'encourager la Sustainable

Entrepreneurial Competence (SEC) qui est la compétence de promouvoir un comportement autonome, durable et responsable au niveau de la société.

Dans le cadre de ce projet, cette compétence s'applique concrètement à toutes les activités en lien avec le domaine de l'entrepreneuriat, la durabilité économique, la culture générale en ce qui concerne les finances et l'économie ainsi que l'orientation scolaire et professionnelle.

#### **16.5.4. Les Industries créatives**

Le Ministère de l'Économie ensemble avec le CIC avait organisé le « Circular by design challenge » qui permet aux créatifs de présenter leurs projets dans le domaine du développement durable. Les lauréats pouvaient participer à un programme de coaching de 12 semaines et élaborer leurs idées de produits avec l'un des partenaires industriels du Challenge.

#### **16.5.5. Nyuko asbl : de l'idée au plan d'affaires**

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

#### **16.5.6. Touchpoints asbl : préparer les candidats migrants à la création de leur propre entreprise**

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

#### **16.5.7. Microlux : réaliser un projet d'entreprise grâce à un microcrédit**

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

#### **16.5.8. Campagne de sensibilisation « Jonk Handwierk »**

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

pandémie du Covid19. Les travaux relatifs à cette campagne ont repris fin 2021 et la campagne a vu le jour en 2022.

## **16.6. Heures de fermeture des magasins de détail**

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

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

- 13 communes ou localités ont été autorisées à ouvrir leurs magasins certains dimanches de l'année ;
- 17 communes ont été autorisées à ouvrir leurs magasins tous les dimanches ;
- 3 dérogations ont été accordées pour l'ouverture de leurs magasins certains dimanches de l'année demandées sur base de demandes émanant de l'association des exploitants de magasins d'ameublement, de la confédération luxembourgeoise du commerce ou des distributeurs de voitures automobiles ;
- 7 agréments pour une ouverture événementielle pendant 24 h en continu (une fois par année) ont été délivrés.

## **16.7. Voyages à forfait et les prestations de voyage liées**

En matière de voyage à forfait et de prestations de voyage liées, la loi du 25 avril 2018 a été votée le 17 avril 2018.

Dans ce cadre, le point de contact de la Direction générale des classes moyennes a pour mission de surveiller les organisateurs et professionnels de voyage à forfait et de prestations de voyage liées. A ce titre, le nombre d'organisateur et de professionnels couverts par une garantie rapatriement et insolvabilité s'élevait en 2022 à 63 contre 66 en 2021.

Les personnes assurant les garanties financières sont :

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

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

3 organisateurs de voyages ont disparu en 2022. Après une baisse de 13 organisateurs de voyages en 2021, la situation semble s'être stabilisée à première vue depuis la fin de la pandémie de Covid-19.

Les garanties de voyages à forfait étant notamment accordées sur base du bilan financier de l'année écoulée comme sur base des perspectives financières de l'année à venir, le nombre d'autorisation

d'établissement accordé au secteur en fin d'année 2023 permettra de juger si 2022 a été une année de stabilisation ou pas.

La situation reste donc à être surveillée, vu que la tendance actuelle montre que le chiffre des professionnels de la branche peut être divisé par deux depuis 2019.

## **16.8. Événements et campagnes**

### **Promotion du secteur horeca : le projet Dreamjobs Ambassadors**

Les professions de l'hôtellerie au Grand-Duché de Luxembourg sont en constante évolution et suivent de très près toutes les innovations qui peuvent intéresser et impacter positivement le secteur. Les innovations en matière d'apprentissage, la valorisation du savoir-faire et la volonté d'aborder de nouvelles offres permettent de fournir de puissantes impulsions à ce secteur particulièrement dynamique.

C'est la raison pour laquelle la Direction générale des classes moyennes, l'HORESCA et la Chambre de Commerce, en partenariat avec le Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse, ont lancé le projet « Dreamjobs ambassadors ».

Les objectifs de ce projet sont multiples, notamment :

- stimuler l'envie d'apprendre l'une des professions de l'hôtellerie ;
- promouvoir le savoir-faire ;
- renforcer l'information sur les branches de l'hôtellerie au Grand-Duché de Luxembourg ;
- fournir une plateforme permettant d'accroître la visibilité du secteur ;
- stimuler la pratique de la cuisine ainsi que celle des professions de barman et de serveur ;
- ouvrir le secteur de l'hôtellerie aux nouvelles tendances ;
- contribuer à diversifier l'offre ;
- augmenter les inscriptions dans le secteur de l'hôtellerie ;
- être incubateur de nouvelles idées ;
- encourager les jeunes à se former durablement dans les professions de l'hôtellerie ;
- donner une voix aux professionnels qui représentent les professions de cuisinier et du serveur/barman et ainsi faire passer des messages forts et encourageants pour promouvoir les professions de l'hôtellerie.

La nouvelle campagne Dreamjobs Ambassadors a été lancée en 2022 et a connu un franc succès avec plus de 200 candidatures. La sélection des ambassadeurs se fera au cours de l'année 2023.

## **16.9. International**

### **16.9.1. Small Business Act**

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

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

La première réunion post-covid en présentiel du réseau SME Envoy s'est déroulée le 30 et 31 mars à Mondorf les bains.

### **16.9.2. Le Programme pour la compétitivité des entreprises et les PME (COSME)**

Le programme COSME (Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises) était en vigueur depuis 2014. Depuis 2021, les instruments non-financiers de COSME ont été intégrés au programme « Single Market Programme », les instruments financiers ont été intégrés au programme « InvestEU ».

COSME vise à faciliter l'accès des PME aux financements, l'accès aux marchés de l'Union européenne, tout en soutenant l'esprit entrepreneurial et en accompagnant les entrepreneurs actuels et futurs.

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

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

### **16.9.3. L'étude Global Entrepreneurship Monitor**

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

## 16.10. Commissions et comités

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

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

## 16.11. Questions parlementaires

En 2022, la Direction générale des classes moyennes a été impliquée dans l'élaboration de réponses à 26 questions parlementaires (QP) :

QP – 5497	Manque de terrains pour les entreprises artisanales
QP – 5507	Faillites dans le secteur de la construction
QP – 5541	Besoin en personnel qualifié pour la transition énergétique
QP – 5661	Economie du partage
QP – 5672	Abus du statut de travailleur indépendant
QP – 5696	Phénomène dit « Big Quit »
QP – 5737	Valorisation de l'artisanat
QP – 5691	Domages suite aux inondations de l'été 2021
QP – 5995	Cabinets de conseil
QP – 6008	Inondations du juillet 2021
QP – 6049	Chauffages des terrasses
QP – 6083	Aides aux entreprises
QP – 6118	Arrêt de la Cour de Justice de l'UE relative aux prestataires des services d'intermédiation immobilière
QP – 6164	Secteur des taxis
QP – 6195	Campagne de sensibilisation en matière de l'offre d'eau du robinet par les entreprises du secteur de l'HORECA
QP – 6276	Aides suite aux inondations du mois de juillet 2021
QP – 6490	Aides dans le cadre des inondations de 2021
QP – 6607	Cyberattaque sur le groupe Encevo
QP – 6620	Illumination de Noël
QP – 6649	Augmentation du prix du gaz
QP – 6657	Situation du secteur de la construction
QP – 6695	Promotion des métiers
QP – 6900	Espaces de travail partagés
QP – 6960	Comité interministériel « devoir de diligence »
QP – 6981	« SME-Packages »
QP – 7083	Hauts fonctionnaires du Gouvernement

La Direction générale du tourisme a été impliquée dans l'élaboration de réponses à 2 questions parlementaires (QP) :

## **16.12. Lois et règlements grand-ducaux à l’initiative du ministre des Classes moyennes**

En 2022 le ministre des Classes moyennes a déposé 3 projets de loi :

- 1) Projet de loi portant modification de : 1° la loi modifiée du 19 décembre 2020 ayant pour objet la mise en place d’une contribution temporaire de l’Etat aux coûts non couverts de certaines entreprises ; 2° la loi modifiée du 19 décembre 2020 ayant pour objet la mise en place d’une nouvelle aide de relance (N°7976) déposé le 1/3/2022**

Le projet de loi, qui est devenu la loi du 10 mai 2022 portant modification de : 1° la loi modifiée du 19 décembre 2020 ayant pour objet la mise en place d’une contribution temporaire de l’État aux coûts non couverts de certaines entreprises ; 2° la loi modifiée du 19 décembre 2020 ayant pour objet la mise en place d’une nouvelle aide de relance, avait pour objet de prolonger pour une période supplémentaire de quatre mois l’aide de relance et l’aide aux coûts non couverts, qui avaient été mises en place pour soutenir les entreprises particulièrement affectées par les conséquences économiques de la pandémie de COVID-19.

- 2) Projet de loi portant modification de la loi modifiée du 2 septembre 2011 réglementant l’accès aux professions d’artisan, de commerçant, d’industriel ainsi qu’à certaines professions libérales (n°7989) déposé le 8/4/2022**

Ce projet de loi, qui se trouve actuellement en cours de procédure, vise à mettre en œuvre la réforme du droit d’établissement prévue dans le programme gouvernemental de 2018 à 2023.

Le projet de réforme tend principalement à stimuler l’esprit d’entreprise en créant un cadre juridique propice à cet effet.

Il est ainsi prévu de créer un droit à « la seconde chance », qui consiste à accorder une nouvelle autorisation d’établissement consécutivement à une faillite engendrée par une malchance ou de mauvais choix stratégiques. Il est en outre prévu de simplifier l’accès à certaines professions artisanales qui ne requièrent pas de qualification professionnelle particulière.

La transmission d’entreprise sera également facilitée par la faculté pour un salarié ayant occupé un poste dans une entreprise depuis trois ans – contre dix ans actuellement – de reprendre l’autorisation d’établissement avant l’acquisition des qualifications professionnelles dans un délai de cinq ans.

Le projet de réforme tient par ailleurs compte des évolutions techniques et technologiques pour faciliter les démarches administratives des demandeurs d’une part et la gestion des autorisations d’établissement notamment avec les ministères et administrations partenaires d’autre part.

La protection des consommateurs se trouvera par ailleurs renforcée par un accès en temps réel aux informations relatives aux qualifications professionnelles contenues dans l’autorisation d’établissement.

L'activité de location de courte durée sera encadrée à partir d'un certain seuil de nuitées en cherchant à rapprocher les exigences d'hygiène et de sécurité déjà en place dans le secteur de l'activité hôtelière.

### **3) Projet de loi instituant un régime d'aide en faveur de la primo-création d'entreprise (n° 8115) déposé le 8/12/2022**

Ce projet de loi a pour objet de mettre en place l'aide à la primo-création d'entreprise, qui avait été annoncée dans la déclaration sur l'état de la nation au mois d'octobre 2021.

Un nouveau régime viendra compléter les dispositifs d'aides qui existent déjà en faveur des microentreprises, des petites et des moyennes entreprises. A l'instar des dispositifs en place, il entend encourager l'esprit entrepreneurial, promouvoir la nouvelle création d'entreprises et assurer un soutien aux entreprises soumises à une autorisation d'établissement en vertu de la loi modifiée du 2 septembre 2011 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant ainsi qu'à certaines professions libérales.

Le régime d'aide qu'il est proposé de mettre en place s'adresse aux micro-entreprises nouvellement créées et a été élaboré en tenant compte des difficultés particulières que rencontrent ces entreprises au moment de leur création. Il s'agit d'aider ces entreprises à surmonter les problèmes de liquidités auxquels elles sont souvent confrontées durant les premiers mois d'activité en leur accordant des subventions mensuelles forfaitaires non remboursables de 2.000 euros sur une période de six mois.

A côté de ces trois projets de lois déposés par le Ministre des Classes moyennes, la Direction générale des Classes moyennes a contribué à l'élaboration du texte de transposition de l'accord tripartite du 31 mars 2022 prévoyant la mise en place d'un régime d'aides aux entreprises particulièrement touchées par la hausse des prix de l'énergie causée par l'agression de la Russie contre l'Ukraine (projet de loi n°8019) et des modifications apportées à cette loi par les lois du 30 novembre 2022, du 23 décembre 2022 et du 17 mars 2023).

## **16.13. Communication et relations presse**

La Direction générale des classes moyennes et la Direction générale du tourisme répondent quotidiennement à des demandes de journalistes, que ce soit par téléphone ou par courriel. Au cours de l'année 2022, les Directions générales ont organisé 17 conférences de presse. A cela s'ajoute la rédaction de 26 communiqués de presse. En 2022 le ministre des Classes moyennes, ministre du Tourisme, Lex Delles, a donné plus d'une quarantaine d'interviews à la presse nationale.

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



# **17. RESSOURCES ET COMPETENCES**

# 17. RESSOURCES ET COMPETENCES

## 17.1. Ressources humaines

### a. Effectif

#### Effectif total :

Au 31 décembre 2022, le ressort du ministre des Classes moyennes, ministre du Tourisme comptait un effectif de 71 agents<sup>15</sup>, dont 10 salariées de l'Etat engagées en tant que femmes de charge.

Parmi les 61 fonctionnaires et employés de l'Etat :

- 37 travaillent pour la Direction Générale (DG) Classes moyennes,
- 13 pour la DG Tourisme et
- 11 pour le cabinet ministériel.

#### Répartition par statut :

Parmi les 61 fonctionnaires et employés de l'Etat, 37 ont le statut de fonctionnaire de l'Etat et 24 ont le statut d'employé de l'Etat.

#### Répartition par sexe

Parmi les 61 fonctionnaires et employés de l'Etat, 34 sont des femmes et 27 sont des hommes.

#### Répartition par groupe de traitement / d'indemnité :

Parmi les 61 fonctionnaires et employés de l'Etat :

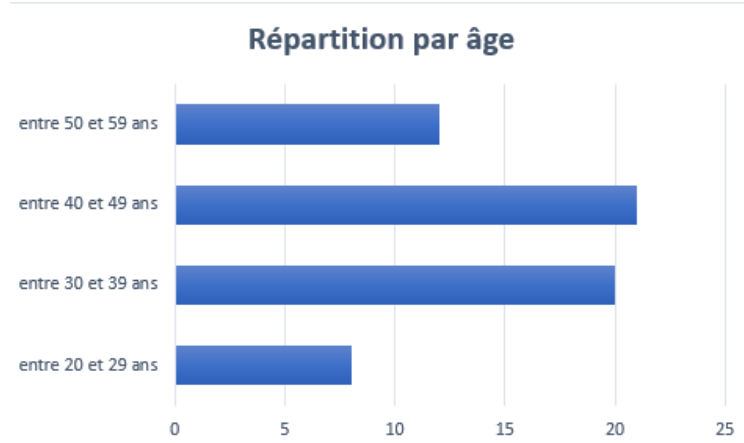
- 22 appartiennent au groupe de traitement / d'indemnité A1 (master),
- 24 au groupe de traitement / d'indemnité B1 (fin d'études secondaires),
- 11 au groupe de traitement / d'indemnité C1 (cinq années d'études secondaires),
- 2 au groupe de traitement / d'indemnité D1 (trois années d'études secondaires) et
- 2 au groupe de traitement / d'indemnité D2 (deux années d'études secondaires).

CARRIERE	GROUPE	Femme	Homme	Grand Total
Employé	B1	7	5	12
	C1	9	1	10
	D1		2	2
<b>Employé Total</b>		16	8	24
Fonctionnaire	A1	10	12	22
	B1	7	5	12
	C1	1		1
	D2		2	2
<b>Fonctionnaire Total</b>		18	19	37
<b>Grand Total</b>		34	27	61

<sup>15</sup> <sup>15</sup> Cet effectif total n'inclut pas :

- 1. les agents travaillant au ministère de l'Economie pour le Ministre de l'Economie (voir volume 1 du Rapport d'activités 2022 du ministère de l'Economie),
- 2. le personnel des administrations qui dépendent du Ministre de l'Economie
- 3.. les 7 personnes appartenant à une société externe (informaticiens)

## Répartition par âge



L'âge moyen se situe autour de 40 ans.

### Répartition par type de contrat :

Parmi les 61 fonctionnaires et employés de l'Etat :

- 58 sont engagés à durée indéterminée et
- 3 sont engagés à durée déterminée.

#### b. Etudiants et stagiaires

Le ministère de l'Economie donne régulièrement la possibilité à des jeunes d'avoir une première expérience de travail.

En 2022, le ressort du ministre du Tourisme, ministre des Classes moyennes a engagé :

- 8 étudiants pour un job d'été et
- 1 étudiant pour un stage universitaire.

#### c. Recrutement

En 2022, 6 nouveaux agents ont été recrutés, dont 4 à durée indéterminée et 2 à durée déterminée.

En tout, 13 annonces ont été publiées sur [www.govjobs.lu](http://www.govjobs.lu).

Afin de trouver le meilleur candidat, la direction des ressources humaines procède, ensemble avec les Directions générales qui recrutent, à l'organisation de tests. Une vingtaine de tests différents (entretien, épreuve rédactionnelle, questionnaires de personnalité, questionnaire de motivation, test de compétences digitales, test de connaissances en langues, test de raisonnement abstrait...), réalisés en partie en collaboration avec le CGPO (Centre de gestion du personnel et de l'organisation de l'Etat), permettent d'évaluer les compétences nécessaires au poste en question.

La direction des ressources humaines s'occupe en outre de l'« onboarding » des nouvelles recrues : accueil, documentation, formation...

#### d. Départs

En 2022, le ressort du ministre du Tourisme, ministre des Classes moyennes a connu 2 départs, dont :

- 1 changement d'administration et
- 1 fin de contrat CDD.

## **e. Conditions de travail**

### **Services à temps partiel**

Parmi les 61 fonctionnaires et employés de l'Etat, 8 avaient un service à temps partiel :

- 4 personnes travaillaient à 50%,
- 1 personne travaillait à 70% et
- 3 personnes travaillaient à 75%.

### **Télétravail**

Parmi les 61 fonctionnaires et employés de l'Etat, 41 personnes ont fait du télétravail en 2022 (67%). En moyenne, ces personnes ont pris 32 jours de télétravail par an.

### **Accidents du travail**

En 2022, aucun accident de travail n'a été déclaré.

## **f. Formation**

### **Formation pendant le stage**

17 personnes étaient en stage au cours de l'année 2022, dont 8 fonctionnaires et 9 employés de l'Etat. En tout, 44 cours de formation ont été organisés au sein du ministère de l'Economie (22 au printemps et 22 en automne). Chaque stagiaire a fait un total de 39 heures de formation « stage » inhouse. Chaque stagiaire a en outre suivi entre 60 et 148 heures de formation à l'INAP (Institut national de l'Administration publique), selon son statut et sa carrière.

### **Formation continue**

A part les cours organisés dans le cadre de la formation initiale, le ministère a également organisé les formations continues suivantes :

- Fresque numérique (2.5 heures)
- Introduction aux règles d'aides d'Etat (2.5 heures)
- Cours de premier secours (16 heures)
- Formation à l'entretien individuel (3 heures)
- Naviguer dans les institutions UE – formation théorique et pratique sur la négociation de législations (3 heures)
- Marchés publics (3 heures)
- SAP : connaissance de base + ordonnancement (12 heures)
- Analyse financière (6 heures)
- Midi de l'actualité « Product Circularity Data Sheet (PCDS) » (1 heure)
- Midi de l'actualité « Sensibilisation à la sécurité de l'information » (1 heure)
- Midi de l'actualité « Luxembourg Stratégie » (1 heure)

De nombreux agents ont en outre suivi des cours de formations continue à l'INAP.

Certains agents ont en plus fait des cours auprès d'instituts de formation extérieurs, que ce soit au Luxembourg ou à l'étranger. En tout, un montant de 66.000 € a été consacré en 2022 à la formation continue.

## 17.2. Communication interne

### Intranet

L’Intranet du ministère de l’Economie comptait au 31.12.2022 :

- 265 pages d’informations statiques,
- 2.104 actualités,
- 234 événements dans l’agenda,
- 457 personnes dans l’annuaire et
- 4.403 fichiers (images et fichiers Word/PDF à télécharger).

Au cours de 2022, 46.896 visiteurs uniques ont visité le site, ce qui correspond à une moyenne de 129 visiteurs uniques par jour (si on divise par 365). Sachant que l’Intranet n’est presque pas du tout consulté le weekend, on a en fait autour de 180 visiteurs uniques par jour (si on ne divise que par les jours de la semaine).

En tout, 438.333 pages ont été consultées tout au long de l’année, ce qui correspond à une moyenne de 1.686 pages par journée de travail.

### Newsletter

Depuis mai 2022, le ministère de l’Economie dispose d’une newsletter interne, envoyée à l’ensemble de ses agents et résumant tout ce qui a été ajouté sur Intranet :

- Activités des ministres ([www.gouvernement.lu](http://www.gouvernement.lu))
- Revues de presse
- Questions parlementaires
- Discours
- Avis internes
- Événements
- Actualités du ministère
- Actualités économiques
- Nouveaux textes (hors actualités)
- Pages mises à jour
- Nouveaux collaborateurs / départs
- etc.

En 2022, 26 newsletters ont été envoyées.

En moyenne, 101 personnes ont cliqué sur au moins un lien (avec un maximum de 191 clicks).

### Avis internes

En 2022, 15 avis internes ont été envoyés à l’ensemble des collaborateurs du ministère. Ils traitaient de sujets aussi divers comme le télétravail, les mesures prises par le ministère dans le cadre de la situation sanitaire COVID-19 ou encore la campagne d’économies d’énergie du ministère.

### Guide du nouveau collaborateur

Le « guide du nouveau collaborateur » a été complètement revu en 2022. Il est destiné à donner à tout nouveau collaborateur une vue d’ensemble du ministère (structure, rôle, missions, valeurs...), de même que des informations pratiques pour les nouveaux (accès au ministère, horaire de travail, stage, formation...).

### 17.3. Bâtiment

Le Service du bâtiment a mis en place un service de « ticketing » pour mieux servir les agents du ministère de l'Économie. Ce service permet également au Service du bâtiment d'assurer un meilleur suivi de toutes les demandes en relation avec l'immeuble du ministère. Depuis le lancement du service « ticketing » en date du 30 mai 2022, 429 tickets ont été traités.

### 17.4. Responsabilité sociétale (RSE)

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) désigne l'intégration volontaire par les entreprises / institutions de préoccupations sociales, environnementales et économiques à leurs activités et leurs relations avec leurs parties prenantes. La RSE consiste donc à mettre en œuvre le concept du développement durable qui intègre les piliers social, environnemental et économique.

Dès 2014, le ministère de l'Économie a commencé à développer une démarche de responsabilité sociétale des entreprises.

En 2015, il a obtenu le label RSE de la part de l'Institut national de développement durable et de la RSE (INDR), renouvelé en 2018 et 2021.

Depuis 2007, le ministère de l'Économie détient également le label *SuperDrecksKëscht* (SDK), qui prouve que le ministère gère ses déchets dans le respect de l'environnement. Fin 2022, le ministère de l'Économie a obtenu le renouvellement de ce label. En 2022, le ministère de l'Économie a étudié d'autres options pour trier ses déchets de façon encore plus sélective.

Le ministère détient en outre le label « EureWelcome », attribué à des institutions publiques pour reconnaître leurs efforts en matière d'accessibilité et d'accueil.

#### Campagne d'économies d'énergie

En septembre 2022, le ministère a mis en place des mesures spécifiques pour économiser de l'énergie :

- réduction de la température ambiante de l'immeuble en période de chauffe à 20°C,
- réduction de l'éclairage à l'accueil et à l'entresol, sensibilisation des agents d'éteindre les lumières en quittant un bureau ou une salle de réunion,
- équipement des postes de travail de multiprises avec interrupteur afin de permettre d'éteindre complètement les ordinateurs, écrans et imprimantes avec un seul bouton,
- remplacement des ampoules des bureaux par des LED,
- remplacement des réfrigérateurs à fortes consommation par des réfrigérateurs à faible consommation,
- programmation des imprimantes afin qu'elles s'éteignent automatiquement le soir et se remettent en marche vers 6.00 du matin,
- etc.

Ces mesures ont rapidement porté leurs fruits. Ainsi, on voit notamment que la consommation de gaz en novembre 2022 a pu être réduite de moitié par rapport à novembre 2021.

#### Fitness

En 2022, le ministère a continué à offrir des cours de renforcement musculaire et des séances de yoga au sein de ses locaux.

## Ruches

Depuis le printemps 2021, des abeilles peuplent les toits du ministère de l'Economie. En 2022, de nouveaux collaborateurs ont pu suivre la formation sur l'élevage d'abeilles donné par un apiculteur professionnel.

## 17.5. Développement de l'organisation

En 2022, la Cellule du développement de l'organisation (CDO) a apporté une modification à l'outil Ecoboard, afin de proposer une méthode de gestion de projet « simplifiée » en plus de la méthode de gestion de projet basée sur la méthode Quapital. La gestion de projet « simplifiée » offre aux agents du MECO les mêmes fonctionnalités que la méthode « standard », à l'exception du fait que le projet est initialisé avec un « board » vide, sans aucune tâche prédéfinie ni structuration en phases. Des formations ont été organisées pour accompagner les agents qui intègrent le MECO.

En 2022, la CDO a continué à accompagner la digitalisation et l'amélioration de l'ensemble des démarches de demandes d'aides financières mises en place par le gouvernement pour soutenir les entreprises.

Un projet majeur en 2022 a été d'accompagner les métiers dans la mise en place d'un régime d'aides aux entreprises particulièrement touchées par la hausse des prix de l'énergie causée par l'invasion de la Russie contre l'Ukraine. La CDO a soutenu les équipes concernées dans la définition des spécifications et des maquettes fonctionnelles (écrans) pour parvenir à mettre en ligne sur *MyGuichet.lu* une démarche dédiée (« MECO : Demande d'aides aux entreprises confrontées à la hausse des prix de l'énergie causée par l'invasion en Ukraine »). Ainsi toute entreprise souhaitant soumettre une demande d'aide énergie mensuelle peut désormais le faire au format digital. La version initiale de cette aide a été modifiée lors de la tripartite en septembre 2022, ce qui a impliqué de faire des évolutions aussi bien de la démarche côté MyGuichet (*front-office*) qu'au niveau de la procédure de traitement des dossiers dans le *back-office* SAM (*State Aide Management*) pour permettre de traiter tous les dossiers soumis.

La CDO a aussi participé à la mise en place du régime d'aides en faveur des entreprises investissant dans des infrastructures de charge pour véhicules électriques. Deux types d'aides différentes peuvent être sollicitées par les entreprises, en fonction du public auquel les bornes sont destinées (un usage soit privé, soit public). Les deux démarches sont disponibles depuis le quatrième trimestre 2022 sur MyGuichet.

L'équipe est également venue en support aux métiers pour l'adaptation (*front-office* et *back-office*) la démarche relative à l'aide aux SME Packages.

La CDO a finalement accompagné les équipes du ministère de l'Economie dans la préparation de rapports financiers extraits de SAM pour répondre aux exigences européennes en matière de transparence pour les aides d'État.

# 18. ORGANIGRAMME



# 18. ORGANIGRAMME

