

Communiqué de presse du Luxembourg City Tourist Office  
Luxembourg, le 19 janvier 2023

## Tendance prometteuse pour le tourisme

### Le Luxembourg City Tourist Office se réjouit d'un rebond positif en 2022

L'année passée, la reprise de l'activité touristique s'est confirmée dans la capitale luxembourgeoise. Les touristes sont venus en nombre et cette reprise progressive permet au Luxembourg City Tourist Office (LCTO) d'être optimiste pour la saison touristique 2023.

Le LCTO a profité des années dernières afin de développer une nouvelle stratégie axée sur le « tourisme de résonance ». Celle-ci vise à garantir aux visiteurs une expérience de voyage positive et authentique en les considérant comme des « résidents temporaires ». Ainsi, le LCTO crée continuellement de la valeur ajoutée et propose des offres attrayantes de tourisme local.

#### Les rochers racontent l'histoire de la ville

La réouverture des Casemates de la Pétrusse a été l'événement phare de l'année 2022. Après des travaux de mise en conformité et de mise en valeur, les casemates sous la « Gëlle Fra » ont officiellement rouvert leurs portes le 2 juin 2022 en présence de SAR le Grand-Duc. Trois jours plus tard, elles accueillait à nouveau le grand public qui est venu en grand nombre.

Sous le concept « Rocks coming to life », des jeux de lumière et effets sonores donnent vie aux rochers des casemates pour raconter leur histoire !

Depuis leur réouverture, pas moins de 8.504 visiteurs ont participé à 657 visites des galeries souterraines, ce qui représente un taux d'occupation de 95%.

#### Les secrets du Palais grand-ducal

Comme pour les étés précédents, le LCTO a organisé, en exclusivité, les visites guidées du Palais grand-ducal, ce qui constitue un des moments forts du « Summer in the City ».

Au total, 5.195 visiteurs ont participé à 281 visites guidées du Palais grand-ducal, ce qui correspond à un taux de fréquentation record de 99%. Cela montre le grand intérêt du public à jeter un coup d'œil dans les coulisses du seul Palais grand-ducal au monde.

### **Progression des visites guidées à la demande**

L'année passée, 3.152 visites guidées ont été organisées par le LCTO. Même si cela ne représente qu'un peu moins de la moitié des 7.138 visites guidées de 2019, ceci correspond parfaitement aux efforts pour proposer une offre qualitative et personnalisée. Ceci se confirme car les visites avec guide personnel connaissent en effet une progression considérable par rapport aux visites régulières.

Parmi le vaste catalogue de visites, la « City Promenade », un tour de ville classique au cours duquel les visiteurs découvrent les principales attractions de la capitale, reste la formule la plus populaire.

Contrairement à l'année passée où la langue luxembourgeoise a été très présente, la plupart des visites guidées sont à nouveau effectuées en français, en allemand et en anglais.

Tout au long de l'année, le LCTO a aussi organisé avec grand succès des visites guidées thématiques, notamment la « Love Promenade » pour la Saint-Valentin, le « Safari de Pâques », des randonnées à vélo avec « An American in Luxembourg » ou le circuit « Vie de femmes - Femmes légendaires » pour la Journée internationale de la femme, pour n'en citer que quelques-unes.

### **Le grand retour des visiteurs étrangers**

102.960 clients ont pris conseil au bureau d'accueil touristique sis à la Place Guillaume II. Malgré une baisse annuelle de 22% de visiteurs accueillis par rapport à la saison touristique avant la pandémie, le LCTO a accueilli presque autant de visiteurs pendant la haute saison et les week-ends prolongés qu'en 2019. Par exemple, le nombre de visiteurs recensés au bureau d'accueil touristique au mois d'août 2022 (20.086 visiteurs) était à 456 visiteurs près au niveau 2019.

En termes de provenance, les visiteurs venant de l'Allemagne étaient les plus nombreux avec un total de 27.248 personnes (26%), suivis de 17.487 visiteurs français (17%), de 14.808 visiteurs néerlandais (14%), de 7.210 résidents luxembourgeois (7%) et de 5.995 visiteurs belges (6%).

### **Les offres digitales très prisées**

Le LCTO a enregistré un total de 2.759.699 pages vues par 944.964 visiteurs sur le site [luxembourg-city.com](https://www.luxembourg-city.com), ce qui représente une hausse de 58% visiteurs par rapport à 2019. Peu de changements au niveau des origines des visiteurs : le site web reste une source d'inspiration autant pour les locaux que pour les visiteurs des pays limitrophes.

83% des tickets ont été vendus en ligne sur le site web ([luxembourg-city.com](https://www.luxembourg-city.com)) et 17% ont encore été vendus dans le bureau d'accueil touristique (Place Guillaume II).

Le site web est un vecteur d'information de plus en plus important, surtout que les visiteurs recommencent à planifier leurs séjours plus en avance.

Les réseaux sociaux traditionnels du LCTO ont su augmenter leur audience : Facebook 23%, Instagram 142%, Twitter 89%. Depuis mai 2022, le LCTO est aussi présent sur TikTok et affiche plus de 1.500 abonnés.

A côté de cette tendance digitale, l'accueil physique reste néanmoins indispensable. Ainsi, le LCTO est souvent le premier point de rencontre pour les visiteurs de la ville de Luxembourg, les informant sur l'offre touristique, culturelle et historique, leur permettant de participer aux activités proposées et d'acheter des tickets en dernière minute.

**Informations :**

Luxembourg City Tourist Office, B.P.181, L-2011 Luxembourg, tél. : (+352) 22 28 09,  
[www.luxembourg-city.com](http://www.luxembourg-city.com)

**Ce dossier est traité par :**

Dany Schneider, [presse@lcto.lu](mailto:presse@lcto.lu), tél. : (+352) 22 28 09 – 33