

Communiqué de presse du Luxembourg City Tourist Office
Luxembourg, le 26 mai 2026

Luxembourg-ville connaît un essor touristique : Le LCTO dresse un bilan annuel positif

Luxembourg-ville connaît un important essor touristique. Lors de son assemblée générale du 21 mai 2026, le Luxembourg City Tourist Office (LCTO) a présenté des chiffres très positifs pour l'année écoulée : des sites touristiques fortement fréquentés, des visites guidées complètes ainsi qu'une visibilité internationale croissante dans le domaine numérique.

Un parcours réussi dans le cadre du « tourisme de résonance »

Au cours des dernières années, le LCTO a développé, à travers le concept de « tourisme de résonance », une stratégie tournée vers l'avenir, basée sur les rencontres authentiques, les liens émotionnels et des expériences durables à Luxembourg-ville. Les visiteurs ne doivent pas seulement découvrir la ville, mais aussi la vivre temporairement comme des habitants, dans l'esprit du « live like a local ».

Les casemates restent les grandes attractions de la capitale

En 2025, un total de 257.550 personnes a visité les sites historiques, dont 207.783 les Casemates du Bock et 49.767 les Casemates de la Pétrusse. Un moment particulièrement symbolique fut l'accueil du 200.000^e visiteur des Casemates du Bock, honoré par un cadeau exclusif. Les galeries souterraines, faisant partie des fortifications inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1994, comptent parmi les attractions les plus visitées du Luxembourg et attirent chaque année des visiteurs du monde entier.

Temps fort de l'été : dans les coulisses du Palais grand-ducal

Les visites guidées du Palais grand-ducal ont une nouvelle fois rencontré un intérêt exceptionnel :

- 439 visites guidées
- 9.655 participants
- 100 % de taux de remplissage

L'offre figure ainsi à nouveau parmi les temps forts du programme « Summer in the City ».

Les visites guidées de la ville toujours très demandées

En 2025 également, les visites guidées proposées par le LCTO ont connu un grand succès. Au total, 4.892 visites guidées ont été organisées. La classique « City Promenade » ainsi que les visites personnalisées avec guide privé ont été particulièrement appréciées.

L'offre a une nouvelle fois séduit par son multilinguisme : les visites ont principalement été proposées en allemand, anglais, français et luxembourgeois.

Les **visites thématiques** suivantes ont également rencontré un grand succès :

- « Gloomy Past of the Fortress » pour Halloween
- « Safari de Pâques »
- « Be(e)-Loved Luxembourg » au printemps et en été
- « Femmes légendaires à l'occasion de la Journée internationale des femmes »
- « Luxembourg Urban Garden Tours »
- « Sous le signe de la couronne »
- « Tom Hilibrands Xavier Kieffer-Tour »

L'office d'accueil situé sur le Knuedler a accueilli **180.806 visiteurs** l'année dernière.

Principaux pays d'origine :

- Allemagne (43.977)
- France (24.559)
- Pays-Bas (21.523)
- Luxembourg (14.804)

La CityDNA Summer School accueillie à Luxembourg-Ville

En collaboration avec le Luxembourg Convention Bureau (LCB), le LCTO a accueilli la CityDNA Summer School à Luxembourg-Ville du 25 au 29 août 2025. Environ 70 jeunes professionnels internationaux du secteur des Business Events ont participé à ce programme de formation organisé par la City Destinations Alliance. Pour le LCTO, cet événement a constitué une opportunité importante de positionner la capitale comme destination attractive pour les Business Events et d'y mettre en valeur l'offre touristique.

Lancement du nouveau service « Luxembourg Welcomers »

Début 2025, le LCTO a lancé le nouveau service « Luxembourg Welcomers », renforçant ainsi davantage son engagement en faveur d'un accueil de qualité pour les visiteurs. Les « Welcomers », mobiles et spécialement formés, proposent aux visiteurs des informations personnalisées et une assistance individuelle dans des lieux clés tels que les hôtels, les conférences ou les points d'arrivée.

Distinction pour la campagne « Luxembourg City a bubble full of life »

Avec la campagne « Luxembourg City a bubble full of life », le LCTO a également enregistré de grands succès dans le domaine du marketing digital en 2025. La vidéo a généré plus de 2 millions de vues organiques sur les réseaux sociaux et a reçu le prix « Campagne of the Joer 2025 » décerné par « adada ». Cette campagne a renforcé la visibilité internationale de Luxembourg-ville et mis en avant le positionnement créatif et authentique de la destination.

Les offres numériques en pleine croissance

Le site internet **luxembourg-city.com** a enregistré :

- 1.315.555 visiteurs
- 3.801.221 pages vues

Le LCTO a également connu une forte croissance sur les réseaux sociaux :

- Facebook : 47.526 (+41,30 %)
- Instagram : 47.201 (+38,96 %)
- TikTok : 3.456 (+8,41 %)
- LinkedIn : 2.487 (+73,07 %)

Numérique et humain : le mélange parfait

Malgré cette forte croissance numérique, le contact humain reste un élément central du travail du LCTO. Que ce soit à l'office d'accueil, lors des visites guidées ou dans les échanges directs sur le terrain, l'objectif reste de permettre aux visiteurs de vivre des expériences authentiques et inoubliables à Luxembourg-ville.

Annexe Photos (© Luxembourg City Tourist Office)

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

Ce dossier est traité par :

Mady Lutgen | presse@lcto.lu | tél. : (+352) 22 28 09 – 32