



RAPPORT D'ACTIVITÉS



European
Convention Center
LUXEMBOURG




TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|----|
| INTRODUCTION | 3 |
| 1. RÉSULTATS D'ACTIVITÉ DE L'ECCL ET HÉMICYCLE | 3 |
| 2. ACTIONS DE MARKETING OPÉRATIONNEL & COMMUNICATION | 6 |
| 3. PROMOTIONS COMMERCIALES..... | 10 |
| 4. COMMERCIALISATION..... | 11 |
| 5. PARTENARIATS | 12 |
| 6. BILAN 2018 DES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT | 13 |

Introduction

En 2018, l'European Convention Center Luxembourg (ECCL) a accueilli 137 événements avec un total de 54 499 participants. De plus, le Conseil de l'Union européenne a organisé 24 réunions durant les mois d'avril, juin et octobre.

Durant toute cette période, Luxembourg Congrès a poursuivi la mise en œuvre de sa stratégie de développement avec, notamment, le lancement de la nouvelle stratégie de communication (création et

déclinaison d'une nouvelle identité et image de marque), le développement d'actions de marketing opérationnel, de promotion commerciale et le renouvellement des partenariats institutionnels et commerciaux.

1. Résultats d'activité de l'ECCL et Hémicycle

1.1 État actuel des réservations : Janvier - Décembre 2018

Luxembourg Congrès a confirmé 137 contrats de réservation pour 2018, 29 pour 2019 et 3 pour 2020. D'autres dossiers, encore en option, ont été traités pour les prochaines années, soit 27 dossiers pour 2019, 14 pour 2020 et 4 pour 2021.

| Année | Événements confirmés (contrats signés) | | | Dossiers en option | | |
|-------|--|-----------|------------|--------------------|-----------|-----------|
| | ECCL | Hémicycle | Total | ECCL | Hémicycle | Total |
| 2018 | 92 | 45* | 137 | - | - | - |
| 2019 | 28 | 1* | 29 | 25 | 2 | 27 |
| 2020 | 3 | 0 | 3 | 13 | 1 | 14 |
| 2021 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 |

* Interruption des ventes de juin 2018 à octobre 2019 au sein de l'Hémicycle pour cause de travaux de rénovation

De janvier à décembre 2018, Luxembourg Congrès a répondu à 318 demandes de location d'espaces. Sur ces 318 demandes, 118 n'ont pas donné suite à une offre pour cause de non disponibilité des espaces (Réunions du Conseil de l'UE, mise en place conseils, travaux, autres événements confirmés, groupes trop petits, etc.). Cela représente un peu plus d'1/3 des demandes.

1.2 Occupation de l'Hémicycle

Durant le premier semestre, l'Hémicycle a accueilli 45 événements, ce qui représente 48 jours occupés pour un total de 13 659 participants.

Nombre total d'événements **45**

Nombre de jours occupés **48**

Nombre total de participants **13 659**

1.3 Occupation ECCL (Bâtiment principal)

Durant l'année 2018, le bâtiment principal de l'ECCL a accueilli 92 événements, ce qui représente 156 jours d'occupation pour un total de 40 840 participants.

Nombre total d'événements **92**

Nombre de jours occupés **156**

Nombre total de participants **40 840**

1.4 Réunions du Conseil de l'UE

Pour les mois d'avril, juin et octobre 2018, 24 conseils se sont déroulés à l'European Convention Center Luxembourg (ECCL), soit 20 jours occupés.

- Avril : 3 jours occupés, 4 conseils
- Juin : 10 jours occupés, 13 conseils
- Octobre : 7 jours occupés, 7 conseils

1.5 Réunions de la Commission européenne

Suite au déménagement des services de la Commission européenne du bâtiment Jean Monnet et dans le cadre de l'accord signé entre le Gouvernement du Grand-Duché de Luxembourg et la Commission européenne, l'État met des espaces à l'ECCL à disposition de la Commission européenne.

1.6 Évolution de l'activité de Luxembourg Congrès de 2012 à 2018

1.6.1 RÉPARTITION DU NOMBRE D'ÉVÉNEMENTS À L'ECCL DE 2012 À 2018

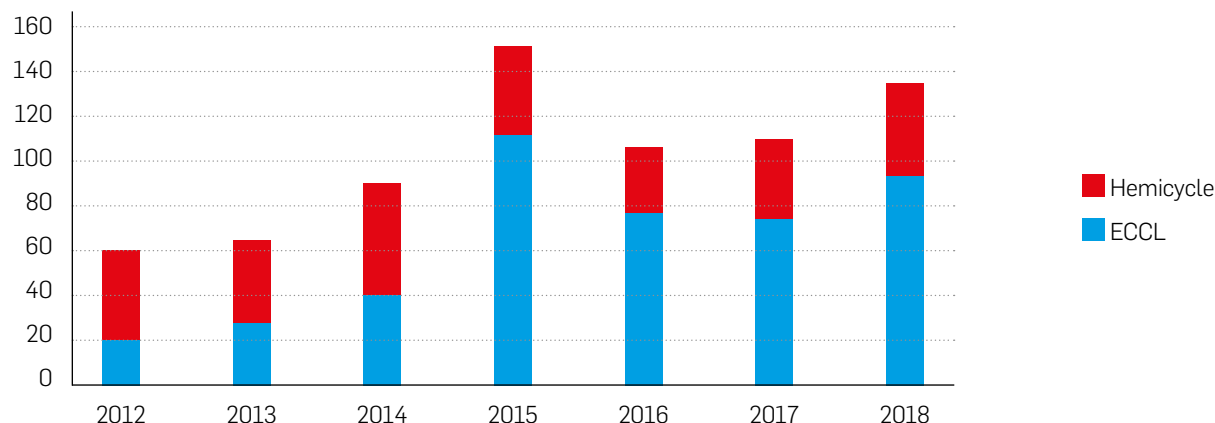
| Organisateurs tiers | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| ECCL | 20 | 27 | 40 | 109 | 79 | 77 | 92 |
| Hémicycle | 40 | 42 | 49 | 41 | 27 | 32 | 45 |
| Total | 60 | 69 | 89 | 150 | 106 | 109 | 137 |

* Présidence du Conseil de l'Union européenne au Luxembourg

| Organisateurs tiers | Variation 2016/2014* | Variation 2017/2016 | Variation 2018/2017 |
|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| ECCL | +97.50% | -2.53% | +19.48% |
| Hémicycle | -44.90% | +18.52% | +40.63% |
| Total | +19.10% | +2.83% | +25.69% |

* Présidence du Conseil de l'Union Européenne au Luxembourg en 2015.

1.6.2 RÉPARTITION DU NOMBRE D'ÉVÉNEMENTS À L'ECCL DE 2012 À 2018



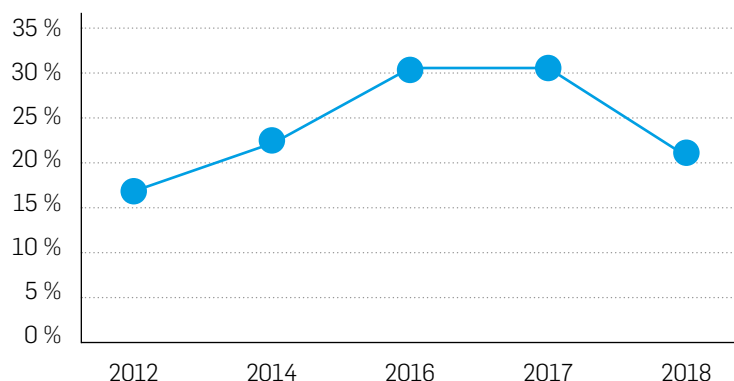
1.6.3 ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX À L'ECCL DE 2012 À 2018

➔ Plus de 20 % d'événements internationaux en 2018

En 2018, la part d'événements internationaux organisés à l'ECCL représente 21,90 %.

Les événements luxembourgeois représentent 78,10%.

Pourcentage d'événements internationaux à l'ECCL



1.6.4 OCCUPATION À L'ECCL DE 2012 À 2018

➔ Un taux d'occupation en constante augmentation

Taux d'occupation

| ECCL (organisateurs tiers) | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Journées disponibles ¹ | 248 | 259 | 253 | 109 | 245 | 255 | 246 |
| Journées d'occupation | 36 | 60 | 71 | 48 | 141 | 146 | 156 |
| Taux d'occupation | 14,52% | 23,17% | 28,06% | 44,04% | 57,55% | 57,25% | 63,41% |

| Hémicycle (organisateurs tiers) | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Journées disponibles | 366 | 365 | 365 | 223 | 293 | 365 | 158 |
| Journées d'occupation | 56 | 70 | 81 | 65 | 33 | 46 | 48 |
| Taux d'occupation | 15,30% | 19,18% | 22,19% | 29,15% | 11,26% | 12,60% | 30,38% |

¹ Calcul des journées disponibles à l'ECCL pour les organisateurs tiers :

2012 : 365 jours - 3 mois de conseils - 3*9 jours montage/démontage mobilier Conseil

2013 : 365 jours - 3 mois de conseils - 3*5 jours montage/démontage mobilier Conseil

2014 : 365 jours - 3 mois de conseils et 21 jours en tout pour montage/démontage mobilier Conseil

2015 : 365 jours - 3 mois de conseils et 12 jours en tout montage/démontage mobilier Conseil + 6 mois Présidence

2016 : ECCL : 365 jours - 3 mois de conseils et 12 jours en tout montage/démontage mobilier Conseil + 17 jours de travaux (remplacement écran central de la Plénière 1)

Hémicycle : 365 jours - 72 jours de travaux

2017 : ECCL : 365 jours - 3 mois de conseils et 13 jours en tout montage/démontage mobilier Conseil + 6 jours de travaux

2018 : ECCL : 365 jours - 3 mois de conseils et 13 jours en tout montage/démontage mobilier Conseil + 15 jours de travaux

Hémicycle : 365 jours - 207 jours de travaux

Répartition du nombre de jours d'occupation des événements à l'ECCL par année depuis 2012

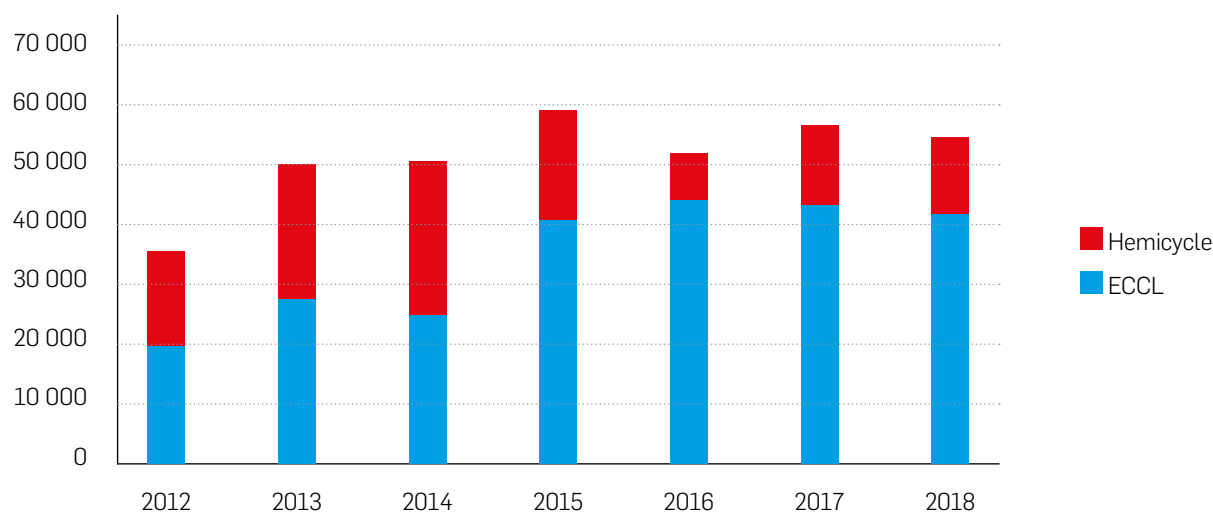
| Organisateurs tiers | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| ECCL | 36 | 60 | 71 | 129 | 141 | 146 | 156 |
| Hémicycle | 56 | 70 | 81 | 65 | 33 | 46 | 48 |
| Total | 92 | 130 | 152 | 194 | 174 | 192 | 204 |
| + ECCL - Conseils UE | 27 | 30 | 21 | 20 | 20 | 19 | 20 |

| Organisateurs tiers | Variation 2016/2014* | Variation 2017/2016 | Variation 2018/2017 |
|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| ECCL | +98,59% | +3,55% | +6,85% |
| Hémicycle | -40,74% | +39,39% | +4,35% |
| Total | +14,47% | +10,34% | +6,25% |

* En 2015, l'ECCL a accueilli la Présidence du Conseil de l'Union Européenne au Luxembourg, ainsi la comparaison a été volontairement retirée.

1.6.5 RÉPARTITION DU NOMBRE DE PARTICIPANTS À L'ECCL DE 2012 À 2018

| Organisateurs tiers | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| ECCL | 19 710 | 27 683 | 25 800 | 40 152 | 43 525 | 43 254 | 40 840 |
| Hémicycle | 15 728 | 22 415 | 25 410 | 18 990 | 8 745 | 13 284 | 13 659 |
| Total | 35 438 | 50 098 | 51 210 | 59 142 | 52 270 | 56 538 | 54 499 |



2. Actions de marketing opérationnel & communication

L'année 2018 a été marquée par la mise en œuvre de la nouvelle stratégie de communication de l'ECCL déclinée sur de nombreux supports.

2.1 La définition de l'image de marque

Luxembourg Congrès a déterminé 4 mots clés représentatifs de la philosophie et des valeurs de l'ECCL. Ils sont simples, courts et compréhensibles par tous, et peuvent également se décliner sur tous les supports.

Ces mots-clés ont pour objectif de vivre ensemble mais ils doivent également être efficaces séparément.

DIVERSITY : Ce mot décrit la diversité de nos espaces et ambiances en un seul mot

SMART : Ce lieu permet d'organiser des événements de qualité car Luxembourg Congrès est entouré d'autres

acteurs du MICE (Convention Park Luxembourg) incluant notamment un service traiteur dédié.

INSPIRATION : Un lieu composé d'espaces modernes et originaux équipés de mobilier design et de matériaux nobles.

EASY : Un package incluant de nombreux services pour une conférence clef en main

2.2 La conception de deux brochures

Luxembourg Congrès a réalisé 2 types de supports papier aux objectifs distincts. La brochure commerciale se distingue par son aspect très visuel, avec un layout coloré, laissant une large place à l'iconographie afin de susciter l'attention et l'émotion. La deuxième brochure « fact sheet » est plus technique avec des informations utiles relatives aux plans des espaces, des capacités et des services inclus par salle.



2.3 Les affichages écran

Luxembourg Congrès dispose de différents écrans mis à disposition des clients pour les événements.

Certains se trouvent au sein du bâtiment (deux écrans et deux e-kiosks dans l'espace accueil, écrans dans les foyers et devant chaque salle), d'autres se situent à l'extérieur, dont un écran géant sur la façade de l'ECCL et un écran partagé (avec le MUDAM et la Philharmonie).

Une vidéo ainsi que des visuels déclinant les 4 mots clés ont été créés.



2.4 La création d'un nouveau site internet

En accord avec la nouvelle stratégie, le site internet www.eccl.lu a été intégralement repensé et sa mise en ligne est prévue courant 2019. En attendant, une landing page a été mise en place afin de bénéficier d'un meilleur référencement : <http://www.eccl.lu/memorableevents/>

Elle renvoie directement au site actuel afin que l'internaute trouve l'information recherchée rapidement.



2.5 La gestion des réseaux sociaux

Les pages Facebook et LinkedIn font l'objet d'animations régulières avec un contenu varié : information sur les travaux, nouvelles photos des espaces, partage des photos de nos clients, partage d'articles sur l'ECCL et le Luxembourg (ou toute activités MICE en relation avec Luxembourg Congrès), information sur nos présences aux salons professionnels MICE, etc.

Ces canaux de communication permettent à l'ECCL d'entretenir une relation régulière avec la communauté et de diffuser des informations importantes tout en travaillant son image de marque.



www.facebook.com/EuropeanConventionCenterLuxembourg/



www.lu.linkedin.com/company/luxembourg-congrès

2.6 La campagne digitale

Sur 2018, la stratégie de communication a été majoritairement basée sur les campagnes publicitaires digitales. Différents tests ont été faits sur les mois de septembre, octobre et novembre, afin de connaître les comportements des clients en fonction de leur nationalité. Cela permet de guider et améliorer les actions de prospection mises en place par Luxembourg Congrès.

MARCHÉ LUXEMBOURGEOIS

Campagne Search : elle s'adresse essentiellement à une audience qualifiée qui recherche intentionnellement des informations et services comme ceux proposés par Luxembourg Congrès.

- 2 demandes ont été enregistrées avec l'annonce ci-dessous (envoi du formulaire) :

Louer une Salle de Réunion | Luxembourg - eccl.lu
www.eccl.lu/salle/reunion
Organisez vos réunions pros dans un cadre unique
et original au cœur de l'Europe. Nombreux
services inclus.

Toutes les demandes ont été enregistrées par des clients luxembourgeois

- Les mots clés "salle de conférence", "palais des congrès", "centre de conférence Luxembourg", "salle séminaire", "salle de réunion Luxembourg" et "luxembourg congrès" sont les plus recherchés.
- Le terme "location salle de réunion" enregistre les 2 conversions en décembre.
- Les recherches sont plus importantes les lundis et mardis et en baisse le week-end.

MARCHÉ PRIORITAIRE : GRANDE RÉGION / FRANCE / UK / ALLEMAGNE / BELGIQUE

Campagne Display : générer de la notoriété et initier un premier contact avec des prospects étrangers.

| Campagne Search ECCL | 1 sept. 2018 31 déc. 2018 |
|----------------------|------------------------------|
| Impressions | 192 204 |
| Clics | 3 254 |
| Conversions | 8 |
| CTR | 1,69 % |
| CPC moy. | 0,98 € |

RÉPARTITION DES PERFORMANCES PAR CAMPAGNE

Les campagnes «Branding» et «Luxembourg» sont les plus performantes. La campagne Luxembourg permet de cibler l'audience luxembourgeoise qualifiée en quête spécifiquement de vos services sur le moteur de recherche Google. La campagne Branding, quant à elle, consiste à acheter les mots-clés directement liés à votre marque (comme ECCL, centre des congrès,...) pour diffuser des annonces sponsorisées auprès des internautes à la recherche d'information sur votre marque. La campagne française ciblant les internautes Suisse et la campagne anglaise ciblant les internautes Belges, peu performantes, ont été mises en veille.

| Campagne | Impressions | Clics | CTR | CPC moy. |
|--------------------------------|----------------|--------------|---------------|---------------|
| ECCL - Search - Belgique - FR | 45 905 | 774 | 1,69 % | 1,29 € |
| ECCL - Branding | 4 677 | 720 | 15,39 % | 0,26 € |
| ECCL - Search - France - FR | 26 753 | 430 | 1,61 % | 1,31 € |
| ECCL - Search - Lux - FR | 4 556 | 417 | 9,15 % | 1,05 € |
| ECCL - Search - Allemagne - EN | 47 045 | 390 | 0,82 % | 0,9 € |
| ECCL - Search - Belgique - EN | 25 642 | 188 | 0,73 % | 1,09 € |
| ECCL - Search - Suisse - EN | 20 867 | 168 | 0,81 % | 1,16 € |
| ECCL - Search - Suisse - FR | 16 399 | 167 | 1,02 % | 1,46 € |
| Total général | 192 204 | 3 254 | 1,69 % | 0,98 € |

2.7 Banners et publicité

2.7.1 BANNERS



2.7.2 PAGE PUBLICITÉ



2.8 Un e-mailing

Afin d'informer les clients actuels, Luxembourg Congrès a élaboré un e-mailing en deux langues (FR et EN).

De plus, un e-mailing a été mis en place pour souhaiter les vœux en fin d'année.



- **Diffusion** : base de données Luxembourg Congrès
- **Cible** : clientèle luxembourgeoise et internationale (prospects + clients fidèles)

2.9 Les publicités / Destination reports

Luxembourg Congrès a réalisé la campagne de communication au niveau national et international sur les supports suivants :

DESTINATION REPORTS EN COLLABORATION AVEC LUXEMBOURG FOR TOURISM:

- Boardroom : magazine créé en 2017, spécialisé dans la gestion des associations, qui vise à soutenir des destinations afin de créer des synergies dans le secteur. *Boardroom septembre 2018 : rédactionnel + page publicité.*

- Meet & Travel Mag : magazine spécialisé dans l'actualité des congrès et des conférences. *Meet & Travel Magazine novembre-décembre 2018 : page publicité.*

TENDANCE NOMADE SEPTEMBRE 2018

Édition régulière avec un focus spécial sur le Luxembourg : présentation de l'ECCL ainsi qu'une interview d'une page avec Patrick Hoffnung.

GUIDE COLLECTION - TENDANCE NOMADE

Parution dans la 2^{ème} édition du Guide Collection de Tendance Nomade - un guide qui présente des destinations aux quatre coins du monde avec leurs attraits pour y organiser des événements MICE.

MAISON MODERNE - PAPERJAM GUIDE

Insertion dans le Paperjam Guide de notre logo et une trame d'informations - un guide qui reprend les entreprises du Luxembourg.

2.10 Bilan des relations presse

Grâce aux rencontres avec les journalistes, aux communiqués et des articles de presse, l'European Convention Center Luxembourg est apparu dans la presse nationale et internationale, en ligne et en version papier.

De plus, plusieurs articles couvrant les événements ayant eu lieu à l'ECCL sont parus dans des magazines ou des quotidiens avec photos et mentions de Luxembourg Congrès ou de l'ECCL. Différentes photos des espaces ont aussi été reprises par des magazines, notamment dans Paperjam.

En total, l'ECCL a été mentionné 13 fois dans la presse nationale et une fois dans la presse allemande.

Des communiqués de presse sont envoyés en amont aux journalistes locaux pour informer des événements publics au sein de l'ECCL.

Par ailleurs, suite à la conférence de presse du Convention Park qui s'est tenue le 21 juin dernier, l'ECCL a été mentionné dans 7 articles, dont RTL et Luxembourg Wort. Un entretien avec Monsieur Hoffnung, a également été diffusé sur l'Essentiel Radio.

SÉLECTION DE LIENS AVEC LES ARTICLES

Paperjam : <http://paperjam.lu/news/les-congres-auront-leur-convention-park>

Chronicle : <http://www.chronicle.lu/category/conferences-seminars/26226-convention-park-luxembourg-initiative-unveiled>

Journal : <https://www.journal.lu/top-navigation/article/un-congress-resort-a-kirchberg/>

RTL : <http://5minutes.rtl.lu/grande-region/laune/690761.html/Wantzenrieder/Wantzenrieder/Th%C3%A9%C3%A2tre%20des%20Capucins/Wantzenrieder/1198088.html>

2.11 Développement de tasses nation branding

Le projet de tasses personnalisées ECCL a été engagé en 2017, avec une livraison en juillet 2018. Ces tasses, au



format expresso et mug, ont été offertes aux clients et font partie du dispositif de communication. Ces tasses sont également utilisées par Sodexo sur l'ensemble du site pour les événements.

3. Promotions commerciales

3.1 Salons professionnels

Luxembourg Congrès a participé aux salons et workshops internationaux suivants :

HEAVENT CANNES 28 - 29 MARS 2018

Pour sa 4^{ème} participation au salon Heavent à Cannes qui fonctionne sur un format de rendez-vous préfixés avec des buyers français, Luxembourg Congrès a rencontré 18 organisateurs d'événements. (1 RFP)

IMEX FRANKFURT 15 - 17 MAI 2018

La présence au salon IMEX à Francfort sur le stand du Luxembourg, organisé par Luxembourg For Tourism (LFT) a permis l'organisation de 10 rendez-vous avec des buyers internationaux et de fournir de bons contacts de passage au salon. L'ensemble des clients présents sur le stand a été scanné et répertorié dans une database commune.

M&I CROATIE 5 - 9 JUIN 2018

Pour la deuxième participation à M&I Forum avec la présence de 6 partenaires luxembourgeois (ECCL, Double Tree by Hilton, Le Royal, Mondorf Domaine Thermal, Luxexpo The Box, Park Inn by Radisson et Accor Hotels), Luxembourg Congrès a enregistré environ 50 rendez-vous, dont 10 leads pour 2019.

CONFEC BLUE GRÈCE 14 - 17 JUIN 2018

La participation de Luxembourg Congrès au Confec Blue, avec des buyers et suppliers internationaux, a donné lieu à 20 rendez-vous préfixés et de nombreux contacts utiles à développer dans le futur.

M&I FORUM CANNES 26 OCTOBRE AU 02 NOVEMBRE 2018

Le format est similaire à celui de M&I Croatie. Luxembourg Congrès a mené 56 rendez-vous sous forme de speed dating de 15 minutes répartis sur 4 jours.

IBTM BARCELONE 27-29 NOVEMBRE 2018

La présence au salon IBTM du 27 au 29 Novembre 2018 à Barcelone sur le stand du Luxembourg, organisé par Luxembourg For Tourism (LFT) a permis de prévoir 18 rendez-vous.

3.2 Workshops « Luxembourg » Luxembourg For Tourism

BRUXELLES 27 FÉVRIER 2018

28 personnes étaient présentes au workshop MICE à Bruxelles, mais hélas en raison des grèves, il y a eu 13 annulations et 5 no-show.

DÜSSELDORF 19 AVRIL 2018

24 personnes étaient présentes lors de la participation au workshop MICE à Düsseldorf.

3.3. Meet Luxembourg 2018

Luxembourg Congrès a participé à la seconde édition du Meet Luxembourg du 12 au 14 septembre 2018.

Cette année, la conférence et les workshops ont eu lieu à Luxexpo. L'ECCL a organisé le déjeuner d'accueil des participants et le dîner de gala.

78 clients potentiels sont venus de l'étranger dans le cadre d'un programme de 3 jours.

3.4 Les congrès et événements ICCA / AIPC / AIVFC

ICCA CHAPTER MEETING FRANCE-BENELUX UTRECHT 19-20 MARS 2018

La présence de l'ECCL à la réunion du chapitre France-Benelux de ICCA à Utrecht a permis d'entrer en contacts avec les autres palais des congrès. Des workshops et conférences sur des thèmes d'actualité étaient au programme.

AIPC SALES & MARKETING SUMMIT FRANCFORT 13 MAI 2018

L'ECCL a participé au Sales & Marketing Summit dans le cadre d'IMEX à Francfort. Cette journée s'est articulée autour de tables rondes d'experts du secteur, de conférences et workshops sur les défis et problèmes du secteur, les « best & worst practices », etc.

AIVFC - ASSEMBLÉE GÉNÉRALE INTERMÉDIAIRE RENNES 21-22 JUIN 2018

L'objectif de la participation de l'ECCL à l'AG intermédiaire, était de faire valider notre entrée au sein des membres de l'AIVFC. Elle fut acceptée à l'unanimité par les membres présents (environ 40 personnes).

AIPC ANNUAL CONGRESS LONDRES 01-04 JUILLET 2018

L'ECCL a pris part à l'événement annuel AIPC, regroupant les directeurs des différents palais des congrès à travers le monde, afin d'échanger sur des thématiques communes.

ANNUAL ICCA CONGRESS DUBAÏ 11-14 NOVEMBRE 2018

Participation au 57^{ème} congrès annuel de ICCA organisé autour d'échanges avec les autres palais des congrès et convention bureau, complété par des séances d'informations, mais aussi un atelier avec partages de « leads » en session privée le samedi sur inscription en comité réduit.

AIVFC - ASSEMBLÉE GÉNÉRALE LILLE 09-10 DÉCEMBRE 2018

Participation à l'AG de fin d'année sur des thématiques communes aux palais des congrès, conventions bureaux francophones.

3.5 Visites / site inspections

Luxembourg Congrès a organisé 123 visites de l'ECCL pour des organisateurs de congrès potentiels ou pour des clients dans le cadre de la préparation de leurs événements.

3.6 Sales Calls

MEET & COM LYON 15-16 OCTOBRE 2018

6 rendez-vous sur 2 jours ont été organisés à Lyon, dont 2 très bons contacts pour l'ECCL (IPH BRAMMER / Boehringer Ingelheim Animal Health).

MEET & COM PARIS 13-14 DÉCEMBRE 2018

Organisation de rendez-vous à Paris : 6 rendez-vous sur 2 jours ont été organisés dont une RFP sur 2020 pour le client APTAR.

OPÉRATION NOËL - DÉCEMBRE 2018

Luxembourg Congrès a pris l'initiative pour la seconde année consécutive de remercier ses clients fidèles et futurs prospects locaux en distribuant des paniers gourmands de Noël en partenariat avec la Luxembourg House.

4. Commercialisation

4.1. Réponses aux demandes d'offres (RFPs)

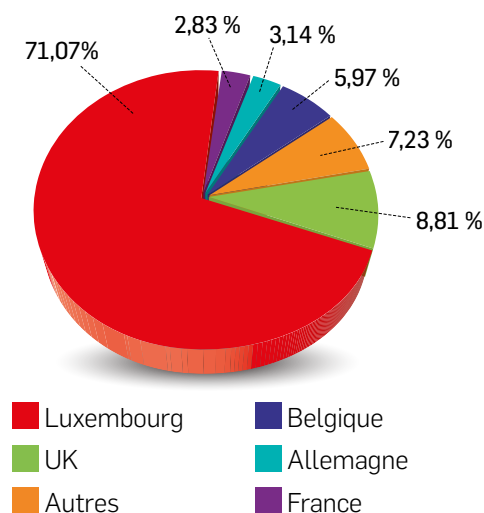
Entre janvier et décembre 2018, Luxembourg Congrès a reçu un total de 318 demandes d'organisation de manifestations. Les demandes rencontrent une belle régularité. Cependant, certaines demandes ne peuvent pas être satisfaites pour cause de non disponibilité des espaces.

Environ 45% des refus sont liés aux réunions du Conseil de l'UE, travaux de maintenance ou Commission européenne, soit environ 15% du total de demandes réceptionnées.

Le marché luxembourgeois reste très largement le marché prioritaire avec plus de 70% des demandes. L'Angleterre et la Belgique se partagent la seconde et troisième position. La Suisse et les États-Unis sont également des marchés de niche à surveiller avec plusieurs demandes sur l'année (représentés dans la catégorie « autres » dans le graphique).

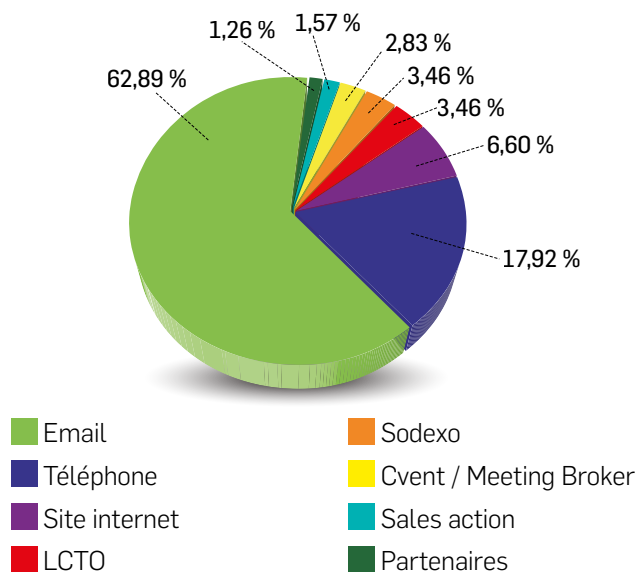
| | Nb de demandes reçues | Nb de demandes (conseil, travaux ABP) | Nb d'offres envoyées (A-B) |
|--------------|-----------------------|---------------------------------------|----------------------------|
| Jan. | 35 | 4 | 23 |
| Fév. | 48 | 6 | 30 |
| Mar. | 34 | 9 | 13 |
| Avr. | 19 | 3 | 11 |
| Mai | 30 | 6 | 19 |
| Juin | 17 | 4 | 12 |
| Juil. | 21 | 5 | 12 |
| Août | 22 | 4 | 15 |
| Sept. | 24 | 2 | 17 |
| Oct. | 30 | 1 | 25 |
| Nov. | 24 | 5 | 14 |
| Déc. | 14 | 3 | 9 |
| Total | 318 | 52 | 200 |

Répartition des demandes par pays



Les demandes arrivent par différents canaux :

Moyens de contacts pour demandes



5. Partenariats

5.1 Partenariats MICE

Luxembourg Congrès poursuit son développement de partenariats avec l'ensemble des acteurs MICE luxembourgeois et les associations du secteur. Cette année encore, un partenariat avec Luxair a été reconduit dans le but de renforcer nos activités commerciales et de créer des symbioses à travers des actions marketing communes. Le réseau des vols Luxair constitue un atout majeur pour Luxembourg Congrès et vice versa.

5.2 Cluster MICE Luxembourg

Luxembourg Congrès demeure très actif au sein du Cluster MICE Luxembourg en y assurant la présidence avec M. Patrick Hoffnung ainsi qu'en participant à de nombreuses commissions techniques et bureau exécutif. Par ailleurs, Luxembourg Congrès prend part aux actions développées dans le cadre du plan d'action national MICE.

5.3 Convention Park Luxembourg

Le projet est aujourd'hui concrétisé avec l'élaboration d'un support papier et d'une brochure digitale disponibles depuis mai 2018. Cette dernière sera téléchargeable sur le futur site internet de l'ECCL. Le concept a été annoncé officiellement lors de deux conférences de presse (institutionnel / presse) au mois de juin 2018.

RAPPEL :**Concept innovant :**

Le regroupement d'infrastructures sur un seul site offre des espaces et services, avec des ambiances différents.

- 1 complexe congrès : ECCL + Hémicycle
- 4 hôtels soit 640 chambres : Accor (Sofitel-Novotel-Suite Novotel) & Melià
- 13 restaurants & bars
- 2 musées : Mudam & Dräi Eechelen
- la Philharmonie

Les objectifs du partenariat

- **Développer l'activité** de chacune des structures
- **Acquérir des événements internationaux** de grande dimension
- **Renforcer le positionnement** des structures de la « Place de l'Europe » à Luxembourg et sur les marchés internationaux
- **Réaliser des économies d'échelle** en matière de promotion et de communication
- **Renforcer l'impact** des actions sur les marchés

**5.4 AIVFC**

Luxembourg Congrès a officiellement rejoint l'AIVFC. L'AIVFC (Association Internationale des Villes Francophones de Congrès) regroupe 60 membres francophones répartis sur plusieurs continents : Europe, Afrique et Amérique.

6. Bilan 2018 des projets de développement

6.1 Évolution des espaces

A) LE EUROPEAN CONVENTION CENTER LUXEMBOURG

- Finalisation de la signalétique extérieure de l'ECCL (Fronton, portes d'accès)
- Mise en place d'un écran géant LED intérieur
- Mise en place de 2 bornes e-kiosk à l'entrée principale
- Équipement audiovisuel du « salon délégués »
- Remplacement et modernisation du système audiovisuel de la « Plénière 1 »

B) L'HÉMICYCLE

- Requalification façade et fenêtres
- Préparation de la requalification et « restyling » de l'amphithéâtre, du hall d'accueil, des foyers et du bar : travaux prévus en 2019

6.2 Renforcement des dispositifs de sécurité

- Mesures pré-événement
- Dispositif « livraisons »
- Dispositif de base pour les événements (niveau Vigilnat 2)
- Dispositif renforcé pour les événements considérés comme « sensibles » ou « à risques »
- Dispositif de base pour les événements (niveau Vigilnat 3)
- Dispositif « hors événements »

6.3 Redéfinition de la politique de commercialisation

Une nouvelle grille tarifaire comprenant tous les services du package a été mise en place ainsi qu'un nouveau package pour les organisateurs de congrès incluant les services suivants :

- Location de salle
- Mobilier de conférence
- Équipements techniques
- Espace restauration
- Dispositif minimum de sécurité
- Nettoyage des espaces
- Éléments d'accueil
- Signalétique
- Parking
- Support des équipes event, technique et restauration

6.4 Développement des partenariats

- « Convention Park Luxembourg »
- Offres et candidatures par le Luxembourg Convention Bureau
- Partenariat avec Luxair
- Accords de coopération : Metz, Nancy, Strasbourg
- Recherche d'un centre international de congrès pour une coopération d'opportunité
- Adhésion à l'AIVFC

6.5 Développement des outils informatiques

- Logiciel USI/Ungerboeck
 - Formation de l'équipe

6.6 Actions commerciales

A) ASSOCIATIONS INTERNATIONALES

- Présentations ECCL/sales meeting aux sièges des associations
- Participation à l'« Ambassador Program » national

B) INSTITUTIONNELS, SOCIÉTÉS ET INTERMÉDIAIRES LUXEMBOURGEOIS

- E-mailing

C) SOCIÉTÉS, GROUPES ET INTERMÉDIAIRES ÉTRANGERS

- E-mailing

6.7 Actions de communication

A) STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Mise en œuvre de la nouvelle stratégie de communication de l'ECCL
 - Création d'un nouveau site internet www.eccl.lu
 - Rédaction d'une nouvelle brochure digitale et papier
 - Redéfinition des créations, plans média et actions sur les réseaux sociaux
 - Mise en ligne d'une landing page

B) RENFORCEMENT DES RELATIONS PRESSE

- Mise en place de partenariats avec la presse et sites spécialisés sur les marchés étrangers
- Développement des relations avec la presse luxembourgeoise et étrangère

