FR

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2021

SOMMAIRE

3 MOT DU PRÉSIDENT
4 GOUVERNANCE
12 RENCONTRES POLITIQUES ET ADMINISTRATIVES
18 MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE
27 PROGRAMMATION Esch2022
34 RECHERCHE ET IMPACT
40 TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE
50 SPONSORING
53 BILAN FINANCIER
57 BUDGET

MOT DU PRÉSIDENT



© Emile Hengen

Chers tous,

Cette année 2021 a été une année majeure pour la mise en œuvre de notre grand projet Esch2022, Capitale européenne de la culture. Le déploiement et la mobilisation des forces vives de l'ensemble des communes du territoire français et luxembourgeois, des équipes et de l'ensemble des partenaires, ont permis de poser, ensemble, les jalons d'un rayonnement d'ores et déjà salué au plan national, européen et international.

Je tiens à saluer tout particulièrement le travail intense et constant des équipes mises en place avec l'ensemble des acteurs projets.

Au cours de l'année, nous avons gagné en visibilité et ce, par le biais de différents canaux.

Outre les campagnes de communication, diverses collaborations avec des partenaires externes ont également contribué à la notoriété du projet.

A côté d'Esch-sur-Alzette, toutes les communes partenaires, telles que Bettembourg, Differdange, Dudelange, Käerjeng, Kayl/Tetange, Mondercange, Pétange, Rumelange Sanem, Schifflange du côté de Luxembourg, et Aumetz, Audun-le-Tiche, Boulange, Ottange, Rédange, Russange, Thil, Villerupt du côté de la Communauté de communes Pays Haut Val d'Alzette ainsi que tous les partenaires du projet, ont travaillé avec zèle pour garantir le lancement du programme à partir du 26 février 2022. L'engagement et la motivation étaient à l'ordre du jour, même si l'environnement n'était pas toujours propice.

Il faut également souligner que de nombreux volontaires, les Remixers, ont rejoint le projet, ce qui a permis de mettre l'accent sur la participation active de la population.

Outre cette approche du projet, le RemixFestival a bien entendu contribué à impliquer la population dans les préparatifs du grand RemixOpening en 2022.

Rien de tout cela ne serait possible sans le déploiement d'une énergie sans faille et le développement d'une incroyable synergie avec nos partenaires institutionnels, du monde de l'entreprise et de l'ensemble des secteurs culturels et touristiques conjugués.

Ce projet européen ambitieux révèle d'ores et déjà l'un de ses points forts : une coopération inédite entre l'ensemble des acteurs investis, œuvrant au rayonnement de tout un territoire et des citoyens en son cœur.

La diversité du programme et des projets réalisés, l'inclusion des populations les plus diverses et la mise en valeur, à long terme, de notre magnifique région, reposent sur ces exceptionnelles collaborations.

Réjouissons-nous de ces multiples graines semées en 2021, à récolter ensemble en 2022, et bien au-delà.

Bien cordialement,

Georges Mischo,

Président de Esch2022,
Capitale européenne de la culture

GOUVERNANCE

GOUVERNANCE

Conseil d'administration | membres

Présidence

Georges Mischo
bourgmestre Ville d'Esch-sur-Alzette | président

Dan Biancalana
bourgmestre Ville de Dudelange | vice-président

Danièle Kohn-Stoffels
Ministère de la Culture | vice-présidente

Tom Ulveling | échevin à la culture – Ville de Differdange
vice-président

Trésorier

Pim Knaff | échevin à la culture - Ville d'Esch-sur-Alzette

Secrétaire

Ralph Waltmans | Ville d'Esch-sur-Alzette
Directeur aux affaires culturelles

Membres

Myriam Bentz | Ministère de l'Energie et de l'Aménagement du territoire

Daniel Cimarelli | représentant CCPHVA

Danièle Fonck | Société civile

Robert Garcia | Société civile

Jean-Marie Haensel | Ministère des Finances

Jean-Claude Kugener | Ministère des Affaires étrangères et européennes

Stéphane Pallage | Université de Luxembourg

Arnaud Robinet | Grand Est

John Schadeck | Société civile

Luis Soares | Ministère de l'Economie

Bruno Theret | ArcelorMittal

Danièle Wagener | Société civile

Barbara Zeches | Ministère de la Culture

Laurent Zeimet | ProSud Syndicat intercommunal

GOUVERNANCE

Equipe Esch2022

Direction

Nancy Braun | General Director

Jacques Hirtt | Administrative & Financial Director

Françoise Poos | Cultural Programme Director

Marie Dembski | Executive Assistant

Elisabeth Genco | Administrative Assistant

Programmation culturelle

Elise Bougelet | Cultural Programme - Visual Arts

Sarah Caron | Cultural Programme - International Relations

Léa Cheymol | Cultural Programme - Young Audiences

Vincent Crapon | Cultural Programme - Visual Arts

Mélanie de Jamblinne de Meux | Cultural Programme Coordinator

Minh-Khanh Dinh | Cultural Programme - Assistant

Melissa Grozinger | Cultural Programme - Performing Arts

Delphine Harmant | Cultural Programme - Young Audiences

Célia Turmes | Cultural Programme - Mediation & Education

Sponsoring

Anne-Catherine Richard | Head of Partnerships

Julia Pauels | Partnership Manager

Event & Location

Dany Lucas | Head of Events & Locations supervisor

Sabrina Erpelding | Event Trainee

Anais Raulet | Event Manager

Guillaume Taens | Technical Supervisor

Chris Welter | Volunteer Coordinator

Impact Research

Jacques Maquet | Quality and Impact Research Coordinator

GOUVERNANCE

Communication & Marketing

Marjolaine de Bonnafos | Senior Marketing Manager

Alexandre de Muyser | Social Media Manager

Dominique Escande | Rédactrice

Maia Haas | Junior Marketing Manager

Karolina Chylinska | Rédactrice

Tourisme Mobilité & Développement Durable

Thierry Kruchten | Head of Tourism, Mobility & Sustainable Development

Lena Batal | Cultural Accessibility Coordinator

Matthieu Gillieron | Sustainable Development & Climate Coordinator

Corinne Kries | Tourism & Mobility Coordinator

Lisa Strasser | Tourism and Mobility Assistant

GOUVERNANCE

Les Communes | bourgmestres

Luxembourg

Bettembourg | Laurent Zeimet

Differdange | Christiane Brassel-Rausch

Dudelange | Daniel Biancalana

Esch-sur-Alzette | Georges Mischo

Käerjeng | Michel Wolter

Kayl/Tétange | Jean Weiler

Mondercange | Jeannot Fürpass

Pétange | Pierre Mellina

Rumelange | Henri Haine

Schifflange | Paul Weimerskirch

Sanem | Simone Asselborn-Bintz

CCPHVA I Communauté de communes Pays Haut Val d'Alzette

Aumetz | Gilles Destremont

Audun-le-Tiche | Viviane Fattorelli

Boulange | Antoine Falchi

Ottange | Fabienne Menichetti

Rédange | Daniel Cimarelli

Russange | Jean-Jacques Bourson

Thil | Stephan Brusco

Villerupt | Pierrick Spizak

RENCONTRES POLITIQUES ET ADMINISTRATIVES

RENCONTRES POLITIQUES ET ADMINISTRATIVES

Territoires Esch2022

04/01/2021 — ACAI, Monsieur Nicolas Kremer

08/01/2021 — Villerupt

15/01/2021 — ProSud / Pro-Sud / OAI

03/02/2021 — Esch-sur-Alzette, Conseil échevinal

09/02/2021 — Bureau Communautaire CCPHVA

11/02/2021 — Audun-le-Tiche, Association des Mines

02/03/2021 — Comité Man and Biosphere

03/03/2021 — ProSud

04/03/2021 — Comité de suivi Tiers-Lieux culturels

05/03/2021 — Metz

23/04/2021 — Comité de suivi Tiers-Lieux culturels

06/05/2021 — Comité de suivi Tiers-Lieux culturels

21/06/2021 — Villerupt, Conseil communal

05/07/2021 — Comité de suivi Tiers-Lieux culturels

08/07/2021 — Copil

15/07/2021 — Comité de suivi Tiers-Lieux culturels

19/07/2021 — Pétange, Conseil communal

07/10/2021 — ProSud

15/10/2021 — ProSud / ORT Sud / OAI

30/11/2021 — Longlaville, Monsieur Hamid Toudma, Maire

La Direction de Esch2022 et la CCPHVA/Grand Est se sont rencontrées à huit reprises pour faire le point de la situation.

Esch2022 a déménagé le 01/03/2021 dans ses locaux à Esch-Belval.

4 réunions ont eu lieu avec le Fonds Belval (21/01, 23/03, 20/05 et 30/09).

« Les Stammdësch », mis en place fin 2019, réunissant les services culturels des différentes communes et l'équipe Esch2022 pour un moment de partage et d'information se sont tenus à 11 reprises (05/01, 02/02, 02/03, 06/04, 01/06, 06/07, 03/08, 07/09, 05/10, 09/11 et 07/12).

RENCONTRES POLITIQUES ET ADMINISTRATIVES



PRO-SUD :

1 KÄERJENG
2 PÉTANGE
3 DIFFERDANGE
4 SANEM
5 MONDERCANGE
6 BETTEMBOURG
7 ESCH-ALZETTE
8 SCHIFFLANGE
9 KAYL/TÉTANGE
10 DUDELANGE
11 RUMELANGE

CCPHVA :

1 RÉDANGE
2 RUSSANGE
3 THIL
4 VILLERUPT
5 AUDUN-LE-TICHE
6 OTTANGE
7 AUMETZ
8 BOULANGE

RENCONTRES POLITIQUES ET ADMINISTRATIVES

Rencontres politiques

La Direction a eu 5 entrevues avec Madame la ministre de la Culture Sam Tanson. En dehors de ces rendez-vous, la Direction a maintenu ses relations publiques et politiques :

28/01/2021 — European Museum Academy

05/02/2021 — Ministère des Affaires étrangères et européennes

22/02/2021 — Ministère à la Grande Region, Madame la ministre Corinne Cahen

23/02/2021 — Ministère du Tourisme, Monsieur le ministre Lex Delles

18/03/2021 — Commission de la Culture, Chambre des Députés

22/04/2021 — Fédération des Industriels Luxembourgeois, Madame Michèle Detaille

18/03/2021 — Consul honoraire de Metz, Dr Yves Wendling

22/03/2021 — Ambassade du Japon, S.E.M. Jiro Okuyama

24/03/2021 — Ambassade de France, S.E.M. Bruno Perdu

05/05/2021 — Ambassade du Luxembourg à Paris, S.E. Mme Martine Schommer

13/05/2021 — LL.AA.RR. Prince Guillaume et Princesse Sibilla

12/05/2021 — Ambassade d'Arménie, S.E.M. Tigran Balayan

21/05/2021 — Ambassade de Grande-Bretagne, S.E. Mme Fleur Thomas

25/05/2021 — Ambassade tchèque, S.E.M Vladimir Baertl

25/05/2021 — Ambassade des Pays-Bas, S.E.M. Cees Bansema

08/06/2021 — Département Meurthe-et-Moselle, Madame Valérie Beausert-Leick, Présidente

25/06/2021 — Ministère des Affaires étrangères et européennes, Groupe de travail National Branding

05/07/2021 — Ministère de Finances, Monsieur le ministre Pierre Gramegna

06/07/2021 — Ambassade d'Italie, S.E.M. Diego Brasioli

08/07/2021 — Ambassade de Turquie, S.E.Mme Fazilet Ciglik

22/07/2021 — Ambassade de Belgique, Olivier Costa attaché économique et commercial

13/08/2021 — Ministère du Tourisme

08/09/2021 — Zoom Ambassades : update toolkit

14/10/2021 — Ambassade du Luxembourg à Paris, S.E. Mme Martine Schommer

RENCONTRES POLITIQUES ET ADMINISTRATIVES

19/10/2021 — Ambassade de Belgique, S.E.M. Thomas Lambert

29/10/2021 — Ambassade de Roumanie, S.E. Mme Alexandrina-Livia Rusu

25/11/2021 — Ministère du Tourisme

26/11/2021 — Ambassade du Luxembourg à Paris, S.E. Mme Martine Schommer

09/12/2021 — Ambassade du Luxembourg à Berlin, S.E.M. Jean Graf

La Direction a eu une entrevue avec S.A.R. la Grande-Duchesse les 10/09, 16/09 et 29/11/2021.

Promotion

Dans le cadre des projets et de la promotion de la Capitale européenne de la culture 2022, Esch2022 est allée à la rencontre de :

18/01/2021 — Space Agency

19/01/2021 — TICE

19/01/2021 — UEL

28/01/2021 — European Museum Academy

29/01/2021 — European Design Festival 2023

02/02/2021 — Université de Luxembourg, réunion avec le Rectorat

29/06/2021 — Quattropole

07/07/2021 — Post Philately

16/07/2021 — Wenzhou China, East Asian Capital of Culture 2022

05/10/2021 — Forum Entreprendre / Grand Est

22/10/2021 — Représentation de la Commission européenne à Luxembourg, Madame Anne Calteux

29/10/2021 — House of European History

05 au 10/11/2021 — Exposition universelle Dubai

14/12/2021 — Cours de justice européenne, Monsieur François Biltgen

RENCONTRES POLITIQUES ET ADMINISTRATIVES

Capitales européennes de la culture – ECOC Family

26/01/2021 — Tandem

20/04/2021 — ECOC Family, Zoom meeting

04/05/2021 — Veszprem 2023

14/05/2021 — Portugal 2027

15/06/2021 — ECOC Family, Zoom meeting

27/08/2021 — Zilina-Beskids 2026

07/09/2021 — Matera 2019, Zoom meeting

23 au
25/09/2021 — Kaunas, conférence de presse

Monitoring

Le monitoring a eu lieu le 25/10/2021 en visio-conférence.

Conseil d'administration et Assemblée Générale

Le conseil d'administration s'est réuni 6 fois :

24/02/2021

21/04/2021

24/06/2021

22/09/2021

20/10/2021

17/12/2021

Le Bureau s'est réuni autant de fois pour valider l'ordre du jour des conseils d'administration.

Une assemblée générale ordinaire s'est tenue le 03/03/2021 pour clôturer l'année 2020 et une asssemblée générale extraordinaire le 20/10/2021 pour nommer deux nouveaux administrateurs.

- Démission de Monsieur Christian Biever, représentant du ministère des Affaires étrangères et européennes.
  Le Ministère a nommé Jean-Claude Kugener, Directeur des Affaires consulaires et des relations culturelles internationales du Ministère, en tant que représentant pour Esch2022.

- Démission de Monsieur Pascal Mangin, représentant du Grand Est
  Le Grand Est a nommé Arnaud Robinet, conseiller régional, vice-président délégué à l'Attractivité, au Tourisme et à la Culture, en tant que représentant pour Esch2022.

MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

Marketing & Communication

En 2021, le département marketing a mis en place ses outils, développé beaucoup de collaborations avec différentes entités et institutions et a défini les grands axes de sa communication autour de thématiques spécifiques. Les principaux objectifs marketing de 2021 ont été de faire connaître Esch2022 auprès d'un très large public, fédérer autour de ce projet et mettre en place des bases solides pour le lancement en 2022.

OUTILS DIGITAUX

- **Lancement du nouveau site**

Avec l'avancement du projet, le site web a été repensé afin de donner plus d'informations au grand public, l'informer sur les différentes dimensions du projet et lui donner accès à la programmation d'Esch2022 grâce à la partie Agenda.

Le site internet permet également de mettre en avant chaque commune du territoire Esch2022 afin de bien faire comprendre au public que le projet englobe 19 communes.

- **Stratégie des réseaux sociaux**

Les deux objectifs principaux de la stratégie des réseaux sociaux sont de générer du traffic sur notre site Internet et augmenter la notoriété d'Esch2022, susciter l'intêret autour de ce projet.

Les KPIs sont suivis par Talkwalker et Social Bakers.

- Facebook (5513 Followers avec un taux d'engagement de 3.7 % et un reach de 18.9M depuis février 2021)
- Instagram (5295 Followers avec un taux d'engagement de 18 % et un reach de 8M depuis février 2021)
- LinkedIn (2002 Followers avec un taux d'engagement de 2.6 %)
- Twitter (793 Followers avec un taux d'engagement de 5.3 % et un reach de 4.2M depuis janvier 2021)
- Youtube (162 Followers et un reach de 1M depuis février 2021)

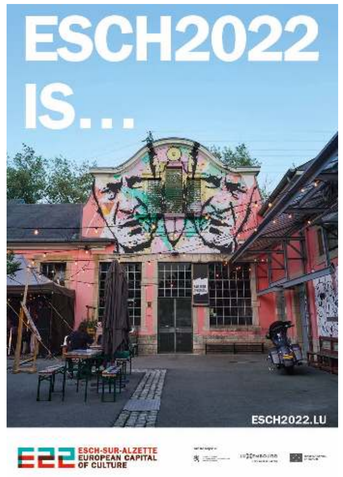
CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Les différentes campagnes et actions marketing ont été articulées autour des thématiques suivantes (définies en collaboration avec REthink, notre agence de marketing stratégie) :

- **Recrutement de bénévoles :** recruter des bénévoles afin de supporter le projet Esch2022 au travers de différentes missions au fil des manifestations et des évènements tout au long du projet. Permettre aux personnes de tout âge de participer de manière active à Esch2022.

Une campagne marketing multi-supports a été déployée afin de maximiser les résultats : site dédié, supports online (Facebook, Instagram, Whatsapp Group), vidéo, supports print (flyers), panneaux d'affichage (JC Decaux, bus), spots radio, bus aux couleurs des REMIXERS sur des emplacements clés pour recruter en direct.

MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE







Plus de 500 bénévoles ont été recrutés et des actions ont ensuite été mises en place par le département events afin de les fidéliser.

- **Partenaires**: mettre en avant les sponsors existants et recruter de nouveaux partenaires

Une campagne dédiée a été lancée début 2021 et a été diffusée toute l'année sur les différents supports online. Pour cela des productions vidéo avec nos partenaires existants ont été produites au fur et à mesure de l'année et promues sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Linkedin). Le message principal étant: Become a part of it. Un site internet dédié aux partenaires a été développé afin de répondre aux interrogations des potentiels partenaires, donner de l'information concrète sur le projet, et collecter les demandes entrantes.

- **Notoriété:** faire connaître Esch2022 et ses grands piliers. Donner une signification au projet.

Une série de contenus rédactionnels ont été mis en ligne sur notre site, permettant d'expliquer nos REMIX et donner plus d'informations sur les piliers du projet et comment ils seront exploités en 2022.

Une campagne de notoriété multi-supports a été déployée afin de toucher un public très large, et promouvoir ces contenus: out of home (JC Decaux à Luxembourg ville, aéroport, gare et centres commerciaux), et supports online (réseaux sociaux)

Cette campagne de notoriété venait renforcer un certain nombre d'actions spécifiques mises en place. L'objectif étant de faire vivre Esch2022 au travers d'une multitude de supports pour accentuer la notoriété et la reconnaissance.

- **Mise en place de coopération avec les différentes associations de commerçants des communes:** initiée avec l'ACCAIE (Esch-sur-Alzette), et deployée sur l'ensemble des communes (le projet est encore en train d'etre mis en place), l'objectif principal est de stimuler les commerces locaux, favoriser les relations entre les communes et rendre acteurs d'Esch2022 les commerçants.

Esch2022 fournira tout au long de l'année aux commerçants inscrits à l'association de leur commune, des articles de merchandising et mettra en place un «shopping pass» incitant les visiteurs à se rendre dans les différents commerces afin d'y collecter des tampons.

- **Branding sur les évènements:**

- **sponsor du SKODA Tour Luxembourg**, la course de vélo la plus importante du pays et ayant une visibilité internationale. Le sport fait partie de notre culture. L'objectif étant de faire connaître Esch2022 à un nouveau public.
- **welcome day** (university): représentation d'Esch2022 auprès des nouveaux étudiants de l'université. L'objectif principal étant d'impliquer les étudiants dans ce qui se passera dans leur environnement en 2022. Présence du bus REMIXER, photobooth et distribution de cartes postales créées pour cet évènement.
- **visibilité avec les partenaires**: différentes coopérations ont été mises en place avec les partenaires afin d'associer l'image des deux marques et de pouvoir leur donner de la visibilité: branding de 10 bus **TICE** avec Alain Welter circulant sur tout le sud du Luxembourg, branding d'un avion **Luxair** avec un dessin de Lynn Cosyn représenant la région et le projet, cuvée de crémant spéciale Esch2022 par **Pol Fabaire**... et d'autres à venir avec les autres partenaires (**Luxlait**, CFL, **Bofferding**, Post...).
- **autre visibilité**: branding des **Vël'OK**, coopération avec Post pour la création du **calendrier** des facteurs aux couleurs d'Esch2022, ainsi que d'un **carnet** de timbres.

MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE







- **Promotion du lancement d'Esch2022**

La promotion du lancement d'Esch2022 s'est faite en deux temps :

- entre septembre et décembre : REMIX Festival. Workshops, ateliers, performances pour donner un avant goût de 2022 et commencer à communiquer autour des porteurs de projet et de la diversité de notre programme.

A cette occasion le slogan « BE PART OF IT » a été lance, ainsi que notre ligne de communication pour 2022.

Une campagne 360 a été lancée pour assurer la promotion du REMIX Festival : flyers, supports online, Affichage out of home (JC Decaux).

- à partir de mi-novembre : promotion du REMIX Opening, lancement du slogan « Be A part of it » pour accentuer le côté participatif et actif des participants. Un site dédié a été lancé pour amener les participants à choisir un profil et les faire « entrer dans le monde » du REMIX Opening.

Une vidéo a été produite pour donner un feeling sur cet évènement et accentuer l'aspect « accessible à tous ».

Une action forte a été faite en fin d'année avec une distribution (toutes boîtes au niveau national + toutes boîtes communes françaises du territoire Esch2022) sous forme d'un Golden ticket. Cela avait pour but d'inviter personnellement chacun à participer au REMIX Opening, ainsi qu'à promouvoir l'agenda Esch2022 et sa Gazette.

PlanK nous a accompagné sur ces deux projets et a défini la nouvelle identité de communication d'Esch2022.

- **Tourisme :** augmenter le tourisme local, national et international sur le territoire Esch2022, en valorisant la région et en mettant en avant ses points forts.

Deux campagnes de communication ont été mises en place. La première, en été, afin de toucher les touristes et les faire revenir en 2022 et participer à la Capitale européenne de la culture. Cette campagne s'articule autour du slogan **« see you soon at Esch2022, European Capital of Culture »** et a été diffusée pendant l'été dans 130 points touristiques.

La deuxième, campagne qui perdura en 2022, a pour principal objectif de créer de l'intérêt et susciter la curiosité pour cette région. Les messages clés de cette campagne sont véhiculés par des ambassadeurs ayant chacun une communauté très engagée. Via une série de vidéos, nos ambassadeurs mettent en avant le territoire Esch2022 et ses nombreux atouts.

- **Campagne Programmation**

Le programme, interne et externe, est mis en avant de manière récurrente sur nos différents supports : site internet, newsletter, réseaux sociaux, presse.

Afin de toucher un plus grand nombre et de faciliter l'accès à ce programme, le projet de « la Gazette » print a été mis en place en fin d'année (1er numéro janvier 2022). Le mensuel sera distribué dans toutes les boîtes sur le territoire Esch2022 (France et Luxembourg), ainsi que dans une centaine de points stratégiques au Luxembourg et en Grande Région. L'abonnement à cette Gazette est gratuit pour les personnes n'habitant pas sur le territoire Esch2022. Dans ce programme sera traité chaque mois une dimension d'Esch2022 (accessibilité, développement durable, tourisme…) ainsi que les thématiques propres à l'avenir et à l'héritage. Une sélection de l'agenda mensuel y sera repris,

MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

ainsi qu'une mise en avant chaque mois d'une nouvelle commune et son bourgmestre.

Le pendant digital de cette Gazette sera mis en place début 2022, sous forme d'une newsletter hebdomadaire reprenant l'intégralité des évènements d'une semaine à l'autre.

Pour assurer la promotion de notre programmation interne nous réaliserons des vidéos par lieu emblématique (Möllerei, Massenoire, Socle C) avec interviews des collaborateurs. L'objectif étant de rendre accessible ces expositions au plus grand nombre en donnant du contexte. Ces vidéos ont commencé à être promues sur nos différents supports dès novembre, et le seront tout au long de 2022.

COOPÉRATION AVEC LES COMMUNES

Objectif : fédérer les 19 communes autour du projet, et rendre chacun acteur et responsable du succès d'Esch2022 :

- **Rendez-vous mensuels** avec les équipes de communication de chaque commune afin de mettre en commun les idées, résoudre les problématiques et communiquer autour des différents projets.
- **Production d'une vidéo reprenant une interview** de tous les maires et bourgmestres du territoire. La vidéo compilée a été utilisée pour mettre en avant les communes lors de la conférence de presse. Chaque interview sera ensuite montée séparément pour être mise en avant tout au long de 2022.
- **Branding des communes :** Esch2022 a fournit à toutes les communes des drapeaux permettant de les identifier comme « membre du territoire Esch2022 ».
- **Mise à disposition de toolboxes,** et matériel pour faciliter la promotion d'Esch2022 dans chacune des communes.

COOPÉRATION AVEC LES ECOCS

Une communication et des échanges ont été mis en place avec les autres capitales européennes de la culture Kaunas et Novi Sad. L'objectif étant d'assurer la promotion des autres ECOCS dans son pays et surtout d'accentuer la dimension européenne du projet :

- Réalisation d'un film présentant les 3 ECOCs, utilisé sur nos supports de communication
- Production d'une publicité commune aux 3 ECOCs, parues notamment dans le Monopol
- Participation des partenaires ECOC à la conférence de presse d'Esch2022

MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

RELATIONS PRESSE

En 2021, le travail de presse d'Esch2022 s'est poursuivi selon la stratégie des relations publiques mise en place en 2019 et 2020. Avec le début du travail des deux agences de RP mis en place vers la fin de l'année 2020, le travail de RP international a pu passer à la phase suivante. Dans la continuité du service de presse d'Esch2022, l'agence internationale de relations publiques Send/Receive, basée à Berlin, a pris en charge dès janvier 2021 le travail de relations publiques sur les marchés allemand (DACH), belge (partie flamande), néerlandais, britannique, italien ainsi que sur d'autres marchés européens ; l'agence Agnès Renoult Communication (Paris), avec Pascale Bousquet, était en charge du travail de relations publiques pour la France et la partie francophone de la Belgique. Les relations presse au Luxembourg et dans la région frontalière en Allemagne, en France et en Belgique ont continué à être assurées par l'équipe d'Esch2022 sur place - sous la direction stratégique de Jessika Maria Rauch (Lead PR & Public Affairs) en collaboration avec la PR Manager Ines Knapp en janvier et février 2021, et avec le PR Manager Patrick Weber à partir d'avril 2021.

Les événements presse suivants ont été planifiés et organisés :

1. La tradition des petits déjeuners de presse organisés mensuellement depuis avril 2020 pour la presse luxembourgeoise ainsi que pour la presse régionale de la Grande Région (incluant la France, la Belgique et l'Allemagne) a été poursuivie en 2021. Les dates, lieux et thèmes de ces rendez-vous, organisés en collaboration avec l'équipe événementielle d'Esch2022 et les communes participantes au Luxembourg et en France, étaient les suivants :

- **29.04.2021** Dimension et projets d'Esch2022 pour les jeunes publics (Tétange, Schungfabrik (L))
- **17.06.2021** Présentation des projets en préparation du lancement officiel d'Esch2022, focus sur la participation et la co-création (Château de Bettembourg (L))
- **26.08.2021** Stratégie touristique Esch2022 en synergie avec le secteur touristique du Grand Est, présentation de projets français (Ottange (F))
- **02.12.2021** Présentation du guide touristique « Zoom Minett » avec le ministre luxembourgeois du Tourisme Lex Delles (Librairie Diderich, Esch-sur-Alzette (L))

Près de 20 journalistes ont participé à chaque petit-déjeuner de presse. Outre les responsables de l'équipe Esch2022, des partenaires externes et des représentants des communes ou des ministères ont présenté les différents thèmes et projets. Pour chaque petit-déjeuner de presse, une invitation, suivie d'un communiqué de presse ont été envoyés à l'ensemble du réseau de distribution régional Luxembourg, France, Allemagne et Belgique (environ 300 contacts). En outre, les agences de relations publiques ont transmis les communiqués de presse à la presse internationale, sur les marchés respectifs.

2. Deux grandes conférences de presse ont été organisées en tant que « International Press Days » :

- **26.02.2021** International Press Day avec un premier aperçu du programme et des dimensions du projet Esch2022 (événement numérique).
- **28.10.2021** International Press Day pour présenter le programme d'Esch2022 (événement en présentiel à Esch-Belval).

Le 26 février 2021, Esch2022 a organisé une journée de presse numérique afin de donner un aperçu plus détaillé du programme. Des projets ont été présentés - en collaboration avec des partenaires - tant dans le domaine culturel que touristique. Des représentants politiques de la région

MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

Esch2022 ont pris la parole et une mise à jour a été faite sur les partenaires économiques. Environ 2.000 personnes ont suivi le livestream. La centaine d'articles de presse qui en a résulté a permis d'atteindre un public potentiel de 4,56 millions de personnes.

La deuxième grande journée de presse de l'année 2021 a eu lieu le 28 octobre dans la salle de concert de la Rockhal à Esch-Belval. L'objectif était de présenter le programme culturel et les différentes mesures initiant un développement de la région Esch2022 à long terme, notamment à l'aide de projets et de collaborations touristiques. Les responsables d'Esch2022 a.s.b.l. ont mené leurs présentations en collaboration avec des partenaires politiques et économiques, des partenaires de projet et des représentants des communes. Ainsi, les différents acteurs du projets étaient présents pour répondre aux questions des représentants de la presse. Des journalistes régionaux et internationaux ont été invités. Au mois d'octobre, grâce notamment à la journée de la presse, 343 articles et reportages ont été publiés, touchant potentiellement un public de 18,4 millions de personnes. Soixante journalistes de 12 pays ont participé à l'événement lui-même, dont près de la moitié ont assisté à une visite de presse organisée autour de la journée de la presse afin de présenter l'ensemble de la région.

3. Autres événements avec participation, présence d'Esch2022 et de représentants de la presse

- 01.06.2021 Présentation de la stratégie touristique d'Esch2022.
- (Centre culturel « Opderschmelz », Dudelange)
- 24.09.2021 Lancement du « Remix Festival » d'Esch2022 à l'église Saint-Martin, Dudelange (L)
- 22/23.09.2021 Conférence de presse à Kaunas, Capitale européenne de la culture, Lituanie, avec des intervenants d'Esch2022 et dossier de presse d'Esch2022 intégré à leur dossier de presse.
- 26.11.2021 Conférence de presse Luxair pour présenter l'avion au design Esch2022 de Lynn Cosyn (presse locale et régionale)
- 29.11.2021 Remise des prix du « Molconcours » d'Esch2022 en collaboration avec l'Agence Spatiale Luxembourgeoise (LSA) et le Luxembourg Science Center, en présence de S.A.R. la Grande-Duchesse de Luxembourg et du Ministre luxembourgeois de l'Economie Franz Fayot (presse locale et régionale)

Les relations publiques avec les différents représentants (« stakeholder ») constituent un autre volet des relations presse et des relations publiques, et il convient de mentionner ici la collaboration avec les ambassades luxembourgeoises à l'étranger ainsi que les ambassades étrangères au Luxembourg. Des rendez-vous avec divers ambassadeurs sont programmés régulièrement depuis 2021. Quelques rendez-vous isolés ont déjà eu lieu avant 2021. Afin de profiter du soutien important de toutes les ambassades, relais de la communication d'Esch2022, une boîte à outils qui leur est spécifiquement dédiée, en français et en anglais, a été créée et envoyée. Elle contient les principaux messages qu'Esch2022 souhaite transmettre par tous les canaux sur le projet, ses objectifs et sa dimension européenne ou la coopération avec les deux autres capitales européennes de la culture en 2022, ainsi que des éléments de communication tels que des logos et des modes d'emploi. Des événements de presse internationaux en collaboration avec les ambassades ont également contribué au maintien des contacts et à la visibilité dans les médias clés :

4. Événements RP internationaux

- 08.09.2021 Dîner de presse à Milan avec 22 journalistes italiens et internationaaux, en présence d'une répresentante de l'Ambassade du Luxembourg à Rome dans le cadre du salon international Salone del Mobile (Monocle, Wallpaper, Die Welt, El Pais, La Repubblica, etc.)

MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

- 14.10.2021 Déjeuner de presse pour 10 journalistes français clés et correspondants internationaux en collaboration avec l'Ambassade du Luxembourg à Paris, dont les médias Le Monde, Le Figaro, France Culture, Le Quotidien de l'Art, El Mundo, etc.
- 09.12.2021 Événement presse en collaboration avec l'Ambassade du Luxembourg à Berlin et 18 journalistes allemands ainsi que des correspondants internationaux, dont les médias Deutsche Welle, FAZ, New York Times, Frieze Magazine, Monopol, etc.

En plus des communiqués et dossiers de presse réalisés dans le cadre de ces événements, des communiqués de presse ont été envoyés sur d'autres sujets :

- Exposition de l'artiste luxembourgeoise Martine Glod à l'Annexe 22 à Esch-sur-Alzette (26.01.2021)
- Exposition de l'artiste luxembourgeoise Sali Muller à l'Annexe 22 à Esch-sur-Alzette (13.04.2021)
- Exposition des photographes lituaniens Artūras Morozovas et Tadas Kazakevičius à l'Annexe22 à Esch-sur-Alzette (01.04.2021)
- Esch2022 célèbre la journée de l'Europe (05.05.2021)
- Appel à participer à Esch2022 en tant que bénévole « Remixer » (18.05.2021)
- Exposition de l'artiste luxembourgeois Paul Kirps à l'Annexe 22 à Esch-sur-Alzette (08.07.2021)
- Esch2022 vous convie au Remix Festival (09.08.2021)
- Coopération avec le festival Ars Electronica et présentation des trois expositions à la Möllerei à Esch-Belval avec ZKM, HEK et Ars Electronica (02.09.2021)
- Participation d'Esch2022 au salon Grand Est Numérique à Metz (07.09.2021)
- Activités d'Esch2022 pour la Semaine européenne de la mobilité (15.09.2021)
- Lancement du concours de dessin (« Molconcours ») dans les écoles luxembourgeoises et françaises du territoire Esch2022 en collaboration avec la Luxembourg Space Agency et le Luxembourg Science Center (16.09.2021)
- Exposition de l'artiste luxembourgeoise Justine Blau à l'Annexe22 à Esch-sur-Alzette (23.09.2021)
- Projet participatif « Esch2022 » moves pour préparer le lancement d'Esch2022 (16.12.2021)
- Lancement de la « Cuvée spéciale » pour Esch2022 de Poll-Fabaire, marque traditionnelle de crémant au Luxembourg (20.12.2021)

Au total, 25 communiqués de presse ont été diffusés en 2021.

En outre, 12 visites de presse internationales individuelles - en plus de la visite de presse autour du Press Day en octobre - ont été organisées avec des journalistes des médias clés définis précédemment dans les pays suivants : France (comme Beaux Arts Magazine), Belgique (comme RTBF, De Zondag), Allemagne (comme ZDF et dpa), Suisse (Bilan Luxe), Italie (Il Sole 24 Ore), etc.

A travers l'ensemble de ces activités de presse actives et réactives, les résultats suivants ont été obtenus dans les médias imprimés, en ligne et radiodiffusés par trimestre :

Q1 2021 :

- 258 rapports, 9,8 millions de couverture, environ 461,000 € d'équivalent publicitaire
- Tendance positive à 72 % et équilibrée à environ 20 %.
- Augmentation par rapport à la même période de l'année précédente : +30 %.

Q2 2021 :

- 464 rapports, 21,9 millions de couverture, 969,528 € d'équivalent publicitaire
- Le ton était positif à 45 %, neutre à 47 %.
- Augmentation par rapport à la même période de l'année précédente : +158 %.

MARKETING, COMMUNICATION ET RELATIONS PRESSE

Q3 2021:

- 252 rapports, 9,5 millions de couverture, 9,461,764 € d'équivalent publicitaire
- 80 % de couvertures positives et 11 % de couvertures équilibrées
- Augmentation par rapport à la même période de l'année précédente: + 7 %.

Q4 2021:

- 958 rapports, 60,9 millions de couverture, env. 3,360,000 € d'équivalent publicitaire
- 84 % de couvertures positives, le reste étant équilibré ou neutre.
- Augmentation par rapport à la même période de l'année précédente: env. 450 %.

Autre

Des publications spéciales gérées par le service de presse ont été, entre autres, les suivantes:

- Publication spéciale bilingue sur Esch2022 en collaboration avec le magazine d'art allemand Monopol (tirage de près de 500.000 exemplaires), distribuée par Monopol à ses abonnés à partir du 18 novembre 2021; en grande partie également sous forme d'encart dans les principaux journaux au Luxembourg, en France, en Allemagne et en Belgique.
- Guide touristique sur Esch2022, « Zoom Minett », un projet mené par l'équipe tourisme et mobilité en collaboration avec le service de presse.
- Plusieurs collaborations éditoriales et payantes avec des médias importants ont été mises en place et sont suivies par le service de presse en collaboration avec les médias.

Partenariats avec les médias

En collaboration avec l'équipe de sponsoring, des partenariats médias ont été mis en place avec les principaux groupes de médias au Luxembourg et en France afin d'assurer une couverture qui dépasse la production éditoriale régulière et qui intéresse de toute façon le service de presse. Les produits journalistiques (émissions TV, podcasts radio, suppléments spéciaux, etc.) sont accompagnés dans leur contenu par le service de presse.

PROGRAMMATION ESCH2022

PROGRAMMATION ESCH2022

PARTENARIATS EXTERNES

Impliquer des artistes et des organisations locales

Dernière année avant le lancement officiel, 2021 a été une année charnière pour la finalisation de la programmation culturelle. Pour rappel : trouver le juste équilibre entre le potentiel culturel diversifié local et la scène internationale de premier plan était l'un des principaux objectifs d'Esch2022. Par conséquent, nous avons opté pour une double stratégie comprenant un vaste appel public à projets pour impliquer directement la scène locale des arts et de la culture dans la construction du programme et une série d'événements phares avec des partenaires internationaux et nationaux forts développés par l'asbl Esch2022.

Environ 600 projets ont été soumis à l'appel à projets, dont 130 répondaient aux critères de qualité, de diversité, d'innovation, d'inclusion et de participation citoyenne définis dans les lignes directrices de l'appel. La prise en compte des valeurs fondamentales européennes était également un critère de sélection important.

Le suivi administratif des projets retenus était un processus de longue haleine. Le titre de Capitale européenne de la culture demande une rigueur procédurale exemplaire. En 2021 cependant, presque la totalité des conventions ont pu être signées. Les projets sont développés et mis en œuvre par des municipalités et des organismes publics, des institutions culturelles et sociales, des associations et des artistes, en tant que collectifs ou individus. Ils constituent la base de la programmation culturelle d'Esch2022 et reflètent la diversité et la force créatrice de la région.

Ainsi nous avons pu soutenir, par exemple, une pièce de théâtre sur le « Escher Jong » qu'était l'acteur René Deltgen, ou une exposition réunissant l'artiste luxembourgeois renommé Auguste Trémont en dialogue avec le sculpteur contemporain Eric Schumacher. Plus loin, nous avons pu réunir l'Institut national de l'audiovisuel français (INA, section Strasbourg), l'Université de Lorraine (Metz) et le CNA (Centre national de l'audiovisuel) luxembourgeois autour de la mémoire audiovisuelle de la région transfrontalière.

De plus, un lien fédérateur entre les municipalités et les artistes autour de la piste de randonnée et de cyclisme de 70 km de long du « Minett Trail » a été créé. Une série de projets multidisciplinaires animeront l'expérience en plein air des visiteurs tout au long de l'année. Il y aura des installations artistiques, des performances, des jeux et des ateliers pour les enfants. Il est important de noter que ces interventions ont été planifiées afin de durer, d'être répétées et élargies dans les années suivantes.

Pour citer un autre exemple d'un projet très prometteur avec un grand potentiel pour l'avenir : la start-up innovante Les Ensembles 2.2. a développé une application pour des projets d'art sonore, rassemblant une série d'artistes collaborateurs nationaux et internationaux autour de leur parcours audio In the Field – Voyage Sonore. Ici, ils explorent la richesse des légendes et des contes de fées de la région d'Esch2022 à travers des itinéraires géolocalisés, combinant le patrimoine culturel avec des formes d'art nouvelles et expérimentales. Les Ensembles 2.2. ont reçu un prix du Ministère de la Culture Français en 2021 pour leur approche innovante. La collaboration entre Les Ensembles 2.2. et Esch2022 a également reçu une attention particulière lors du Think Culture Forum au Centre Pompidou à Paris en septembre 2021 suite à l'invitation à présenter notre collaboration.

L'implication d'artistes locaux et d'organisations culturelles dans la conception et la mise en œuvre du programme à travers l'appel de projets a donc déjà montré les premiers signes de nouvelles dynamiques et de sensibilisation culturelle. Dans un esprit de co-construction et pour développer un récit collectif, les partenaires du projet Esch2022 ont également été invités à la phase préparatoire de la cérémonie officielle du REMIX OPENING, notre REMIX FESTIVAL.

PROGRAMMATION ESCH2022

Ils ont participé notamment à des ateliers et à des débats sur les questions LGBTQ+ en Europe ; ils ont composé et joué de la musique ensemble (Future Frequencies), ont investi les églises avec des spectacles de danse contemporaine au son de la musique d'orgue mélangée à des souvenirs audio de l'industrie sidérurgique (LUCODA/FIMOD à l'église ST. Martin de Dudelange), ou ils ont accueilli le public aux répétitions en avant-première (BiergerbüHn). Cette dynamique sera bien sûr considérablement renforcée en 2022, puisque les 130 projets se traduiront par plus de 2000 événements répartis sur l'ensemble de l'année.

Il est également important de noter que les effets à long terme de l'ECOC commencent déjà à être perceptibles. En partenariat avec l'Œuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte, Esch2022 a lancé en 2020 un appel à projets pour la formation de nouveaux « tiers lieux culturels » pour la création d'espaces mêlant travail, créativité, entraide, culture et inclusion sociale.
Des trois projets sélectionnés, deux à savoir le Bâtiment 4 et Ferroforum ont pu démarrer leurs activités en 2021.

PROJETS INTERNES

Belval : devise « De la Terre rouge à la matière grise »

Pour compléter la participation de la base, Esch2022 a développé une série de projets phares concentrés principalement sur Esch-Belval. Ici, le passage du passé industriel à la société du savoir se matérialise dans la juxtaposition des hauts fourneaux qui se dressent comme des sculptures sur le site et d'une architecture contemporaine symbolisant la Cité des Sciences du futur. La devise « De la Terre rouge à la matière grise » convient parfaitement pour décrire le changement qui se produit dans toute la région. En effet, cette transition audacieuse vers l'ère numérique est apparue comme le fil narratif naturel qui inspire l'ensemble de la programmation culturelle d'Esch2022 à Belval. L'année 2021 a, ici aussi, permis de ficeler l'ensemble des projets.

Dans le bâtiment de la Möllerei qui faisait autrefois partie intégrante de l'installation du haut fourneau, quatre expositions majeures auront lieu. Trois d'entre eux présenteront des œuvres d'art à l'intersection des technologies et sciences et de la culture digitale. Ce sont des expositions importantes et innovatrices, en collaboration avec trois acteurs institutionnels internationaux : ZKM Karlsruhe, HEK Basel et Ars Electronica à Linz. L'exposition Hacking Identity – Dancing Diversity du ZKM (ouverture le 27.02.2022) aborde la diversité de l'Europe à l'ère digitale en tant qu'ensemble d'identités multiples. « Les positions de l'art médiatique international dépeignant le spectre des pratiques immersives, virtuelles et participatives permettent au public de s'engager avec cette diversité et cette pluralité de manière analogique et numérique. Ainsi, le Möllerei lui-même devient une œuvre d'art, un espace vibrant multiple [...]. ».

Les quatre expositions du Möllerei sont flanquées d'une autre série d'expositions à la Massenoire adjacente. A commencer par l'exposition immersive Remixing Industrial Pasts du Luxembourg Center for Contemporary and Digital History (C2DH) et du studio d'artistes multimédia milanais, Tokonoma. En utilisant la technologie de numérisation du patrimoine culturel, cette exposition veut engager les visiteurs dans l'histoire de la région, en discutant de la migration, des frontières, mais aussi du paysage et de l'identité visuelle.

Cependant, il y a plus à Belval que ces deux sites. Nous allons investir le Haut-Fourneau A par la danse contemporaine pour un festival avec LUCODA, Trois-C L et Corps à Corps, tandis que les vestiges du Haut-Fourneau C seront remplis de musique urbaine (rap et hip-hop du Luxembourg à la Serbie, de l'Italie au Cap Verd) en collaboration avec

PROGRAMMATION ESCH2022

Rockhal, et de performance contemporaine de l'artiste de renommée internationale Cecilia Bengolea, en collaboration avec le MUDAM Luxembourg.

Tous ces projets ont bien avancé pendant l'année 2021. Ils sont prêts à être finalisés et réalisés en 2022.

ANNEXE22 : Atteindre activement le public

Il était important pour l'équipe de programmation d'Esch2022 de rencontrer et de connaître le public local à l'approche de l'année du titre. Un petit pavillon abritant autrefois un café sur la place de la Résistance à Esch, à côté du théâtre et du musée national de la Résistance, a donc été loué pour déployer les premières activités culturelles. Malgré la pandémie et de nombreuses restrictions, il a été possible de programmer une série d'expositions en cours avec des artistes locaux en 2020 et en 2021. Ces installations nous ont permis non seulement d'acquérir une certaine visibilité pour ECOC, mais aussi d'offrir aux artistes la possibilité de continuer à travailler dans une période qui leur était très difficile.

L'Annexe22 présentait ainsi en 2021 une installation lumineuse de Martine Glod (All We Need Is Light). Le pavillon a été transformé en boîte noire avec le travail de Sali Müller sur une série d'écrans pour Wenn die Sterne vom Himmel fallen, une vue remasterisée numériquement du ciel nocturne. Ensuite, Paul Kirps s'est interrogé sur le sort de l'art et des artistes en période de pandémie mondiale, où tout est suspendu et où la plupart des œuvres d'art finissent entreposées. Cette dernière exposition a été particulièrement bien accueillie par la presse. Pour finir, Justine Blau a investi l'Annexe22 avec son exploration de l'appartenance à l'ère actuelle avec Je suis un morceau de paysage.

De plus, l'Annexe22 a accueilli la communauté lituanienne au Luxembourg autour de deux expositions photographiques plus courtes, ce qui a donné lieu à une collaboration très fructueuse et à des échanges stimulants.

REMIX OPENING : L'ouverture officielle s'annonce

LE REMIX FESTIVAL

En guise d'introduction à l'inauguration officielle, pour donner un premier aperçu du programme et illustrer l'idée principale de la « co-création », nous avons une série d'événements de septembre à décembre 2021.

Pour composer ces rendez-vous, nous avons sélectionné quelques projets issus de l'appel lancé en 2020. La danse, le théâtre, la musique, le chant ont offert aux participants l'opportunité de se rencontrer et d'échanger sur des thèmes tels que l'Europe et son avenir, la mondialisation, l'Art et la technologie ou encore l'histoire de notre territoire.

Ces événements ont été organisés dans différents lieux de la région afin de sensibiliser également à la pluralité des communes impliquées dans le projet Esch2022. Il était important d'aller à la rencontre de nos publics afin de les engager, de les inciter à participer et leur donner envie d'échanger.Toutes ces expériences ont été documentées, et le résultat sera illustré dans le récit du REMIX Opening.

Parallèlement à ces soirées thématiques, nous avons organisé un concours de dessin dans toutes les écoles de la région. Les enfants ont été invités à exprimer leur créativité sur les thèmes de l'espace et de l'avenir. Les

PROGRAMMATION ESCH2022

gagnants ont été récompensés lors d'une grande cérémonie où nous avons accueilli, en présence de son Altesse Royale la Grande Duchesse Maria Teresa, 2 astronautes du programme spatial européen (ESA). L'Agence Spatiale Luxembourgeoise (LSA), le Science Center, l'Euro Space Center (B) étaient les partenaires de cette grande aventure, placée sous le patronage du Ministère de l'Education Nationale.

La dernière activation, appelée « Future Frequencies », a réuni 16 jeunes et talentueux musiciens, compositeurs et interprètes. Ils ont postulé pour rejoindre deux mentors de la musique électronique : Matthew Herbert et Frank Wiedemann. Ensemble, ils ont écrit, joué et enregistré plusieurs titres qui seront dévoilés sur la scène de la Rockhal lors du Remix Opening.

LE REMIX OPENING : L'événement inaugural

Initialement prévue le 22 février, la cérémonie d'ouverture aura finalement lieu le samedi 26 février 2022, ceci pour assurer une plus grande participation et faciliter la mobilité. Cet événement a pour ambition de s'ouvrir à plus de 20 000 participants, répartis sur 2 sites différents. Cette relance de la Culture, après 2 longues années de disette, sera le rendez-vous incontournable pour les habitants du territoire.

Le premier lieu sélectionné est situé au cœur de la ville d'Esch-sur-Alzette et le second à Esch-Belval, berceau de l'histoire sidérurgique du pays et dorénavant un lieu de mémoire majeur pour le pro-sud. Suivant un protocole strict à adapter à la situation sanitaire et à l'application du CovidCheck, tous les outils ont été réunis pour accueillir les participants dans les meilleures conditions possibles.

Pour l'encadrement, l'assistance et la sécurité des participants, nous compterons sur l'aide de quelques 500 bénévoles. Les « REMIXER », composés de passionnés de culture d'origines diverses, seront l'épine dorsale de nos ambassadeurs. Une imposante installation sera déployée autour de 4 scènes et de plusieurs espaces d'animation. Une diffusion interactive offrira également la possibilité de profiter de la fête derrière l'écran pour ceux qui n'auraient pas la chance d'obtenir l'un des billets gratuits. Chacun contribuera au scénario par des actions participatives, invitant le plus grand nombre à soutenir les premiers pas de cette capitale européenne de la culture.

La danse sera également à l'honneur, excellent vecteur pour émouvoir le public et faire monter l'ambiance. Une chorégraphie personnalisée a été créée pour impliquer encore plus les participants et favoriser une dynamique de groupe bien avant leur arrivée (clin d'œil aux flashmobs populaires).

Dans le centre-ville d'Esch-sur-Alzette, nous inviterons des comédiens, des artistes de rue et des musiciens à ponctuer les discours officiels. Un mapping illuminera l'Hôtel de Ville qui deviendra, pour quelques heures, un centre de contrôle permettant de préparer le vol d'une fusée imaginaire, projetée sur le haut-fourneau d'Esch-Belval, métaphore très appropriée pour le lancement de plus de 130 projets vers l'avenir, déclinés en plus de 2000 événements !

Le dialogue avec les publics

Le dialogue avec nos publics nous tient particulièrement à cœur. Qu'il s'agisse du jeune public, de seniors, de publics à besoins spécifiques, nous voulons les accueillir à bras ouverts en leur proposant des programmes faits sur mesure. Ainsi notre équipe des publics a développé non seulement des visites guidées des expositions en plusieurs langues qui seront proposées gratuitement pendant le weekend, mais

PROGRAMMATION ESCH2022

aussi des ateliers pour enfants autour des thématiques principales abordées par les expositions. Il y a, par exemple, le cycle de workshops 24-H Electro For Kids, en collaboration avec la Rockhal, ou un atelier de création de cartes 3D avec le collectif Freesson. Pour les adolescents, il y aura des ateliers d'encodage en association avec l'asbl WIDE (Women in Digital Empowerment), ou encore des workshops développés par les partenaires des expositions, dont notamment des premières interventions autour du sujet de l'identité suivant la devise « Hack Yourself ! ». Pour les seniors, la formule « Konscht ouni Alter » propose des visites guidées suivies d'un échange convivial. Le lieu de rencontre pour toutes les activités liées au public est le Skip (Avenue des Hauts-Fourneaux) qui a été spécialement aménagé pour accueillir de manière confortable tous ses visiteurs.

RELATIONS EUROPÉENNES ET INTERNATIONALES

CCPHVA / Grand Est / France

Si 2020 est l'année de la construction du programme culturel, 2021 est quant à elle, l'année de la concrétisation. Il fut important de promouvoir auprès des habitants, institutions et acteurs culturels les projets qui prendront place sur leur territoire en 2022.

Pour ce faire, l'équipe d'Esch2022 a accompagné de nouveau la CCPHVA au Grand Est Numérique de Metz avec cette fois-ci la présence du collectif lillois Métalu à Chahuter en vue de présenter son projet *Métalu.net*.

Le projet *In the field,* le voyage sonore porté par les Ensembles 2.2 était invité par le programme *Think Culture* à promouvoir aux côtés d'Esch2022, sa nouvelle application GOH.

En 2021 fut attribués à neuf projets de l'appels à projets plus un projet interne, le label de la présidence française du Conseil de l'Union Européenne. On compte parmi eux, les projets :

- *La Grande Marche* de l'Atelier Limo
- *Le Cinéma italien et ses musiques* du Pôle de l'Image de Villerupt
- *EKINOX*, du CDN Nest de Thionville
- *Memories, Images and History across the borders*, de l'Institut National de l'Audiovisuel
- *La Jungle – Collaborations Brutes*, de la CCPHVA
- *Eden Europa*, de Manok & Cie et Merci Raymond
- *On pourrait faire le tour du monde*, de l'association IKONO
- *Esch2022, un territoire de théâtre pour demain*, du Théâtre National de Strasbourg
- *L'ApéroLittéraire*, du Théâtre de Nihilo Nihil

La compagnie d'artistes KompleX KarpharnaüM présentait en décembre 2021 sa première intervention dans l'espace public Eschois dans le cadre de son projet Esch2022, *BLOOM*.

Plusieurs campagnes de communication furent développées en collaboration avec la CCPHVA et la Région Grand Est, dans le but d'informer le plus grand nombre de toutes les actions mises en place dans la région. Des présentations auprès des services culturels ainsi que les établissements scolaires de la CCPHVA ont également vu le jour afin que ceux-ci puissent s'investir dans le développement des projets sélectionnés.

PROGRAMMATION ESCH2022

Relations Internationales

L'année 2021 était plus propice aux déplacements des artistes et représentants internationaux ainsi il fut possible de développer de multiples collaborations avec nos divers partenaires.

Plusieurs organisations internationales sont venues nous rendre visite afin de développer diverses collaborations ou encore, pour présenter la candidature et le travail fait autour du projet Esch2022. On comptait par exemple des visites des Capitales européennes candidates comme Amiens 2028, des représentants internationaux comme par exemple, Wenzhou 2022, ou encore des organismes tel que la Fondation Jeunesse de Timisoara (Roumanie), etc. Beaucoup d'autres collaborations et échanges ont vu le jour via les outils de rencontres numériques.

En vue de promouvoir nos échanges avec notre jumelle de titre Kaunas 2022, nous avons accueilli à l'Annexe22 deux installations proposées par la communauté lituanienne au Luxembourg (=Liuksemburgo lietuvių bendruomenė). Ce fut l'occasion de présenter les artistes photographes Artūras Morozovas et Tadas Kazakevičius, pour leur exposition *After the Mass*.

Esch2022 était présent aux côtés des Capitales Européennes de la Culture à L'Expo 2020 Dubaï où chaque Capitale actuelle a pu présenter son programme aux différents visiteurs présents sur place et en ligne.

Dans le cadre du programme TANDEM, nous avons pu découvrir lors du 3 du Trois à la Bannanefabrik la première sortie de résidence pour le projet *Choreochroma*, porté par le Luxembourg Collective of Dance et le Pavle Beljanski Museum de Novi Sad.

Afin de solidifier notre partenariat avec Kaunas 2022 et Novi Sad 2022, nous avons organisé en commun la rencontre de la ECOC Family ainsi qu'une conférence de presse internationale à Kaunas en septembre. Ces deux temps forts furent suivis par la présentation d'une exposition photographique commune au Centre culturel serbe de Paris (*Transitory* sous la curation de Marc Aufraise).

Enfin, nous avons également développé plusieurs supports de communication communs avec par exemple, la réalisation d'une vidéo promotionnelle *European Capitals of Culture 2022*.

RECHERCHE ET IMPACT

RECHERCHE ET IMPACT

L'accès à des données fiables et spécifiques à une région a déjà été mentionné comme la faiblesse inhérente au contexte d'Esch2022 en raison des lacunes en matière de statistiques culturelles pertinentes au Grand-Duché de Luxembourg. Nous nous concentrerons maintenant sur les (nombreuses) solutions que nous avons développées pour pallier ce manque initial de statistiques.

En effet, au cours de l'année passée, nous avons réussi à renforcer notre collaboration avec nos partenaires locaux (municipalités et infrastructures culturelles), ainsi qu'à développer de nouveaux partenariats avec des partenaires institutionnels. Cette collaboration a donné lieu à de nombreux nouveaux projets de collecte de données.

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il va sans dire que nos éventuelles bases de référence ont été largement affectées par l'épidémie de Covid-19, qui a fortement impacté, voire bloqué, l'organisation des activités culturelles depuis mars 2020.

Mise en œuvre

La programmation des différentes études a été réalisée en tenant compte des indicateurs proposés dans les lignes directrices de la Commission, puis partiellement ajustés, augmentés et complétés pour s'adapter aux objectifs spécifiques d'Esch2022.

Voici un résumé de nos efforts de recherche et d'évaluation d'impact depuis le dernier rapport d'avancement :

- Étude d'impact relative à la presse écrite (imprimée et en ligne) et aux réseaux sociaux

Les outils que nous avons mis en place pour suivre la presse écrite et les réseaux sociaux sont utilisés par les équipes Presse et Communication. Nous aurons toutes les informations nécessaires pour mesurer l'impact d'Esch2022 sur les médias sociaux et traditionnels.

- Étude des activités culturelles et de la fréquentation dans les différentes municipalités d'Esch2022

En raison du manque de statistiques disponibles, l'un de nos principaux objectifs était la création d'outils de collecte de données (modèles) pour mesurer les activités culturelles sur le territoire d'Esch2022. Nous avons commencé une collaboration avec Philippe Robin - un expert en statistiques culturelles basé au Luxembourg - avec d'excellentes compétences en recherche quantitative et une profonde compréhension du contexte local - pour développer un système centralisé de collecte de données quantitatives pour suivre l'activité culturelle sur le territoire d'Esch2022, à la fois pendant et après l'année ECOC. Les principaux objectifs opérationnels sont donc, à court terme, 1) de fournir des données concernant des indicateurs spécifiques de l'impact culturel ECOC sur le territoire d'Esch2022 ; mais aussi, à moyen et long terme, 2) de fournir aux partenaires d'Esch2022 (municipalités, organisations et infrastructures culturelles) des outils de collecte de données pour suivre et analyser l'activité culturelle sur le territoire ; et 3) de renforcer les capacités des acteurs impliqués (boîte à outils, formation).

A cette fin, trois questionnaires accompagnés de lignes directrices ont été élaborés en consultation avec les parties prenantes du projet : un pour l'activité événementielle, un concernant les musées, et un pour les bibliothèques et médiathèques. Un manuel d'utilisation très complet a également été élaboré. Des formations ont été organisées et d'autres sont à venir. La collecte de données est déjà en cours dans certaines municipalités et infrastructures culturelles telles que la Kulturfabrik.

RECHERCHE ET IMPACT

Enquêtes barométriques réalisées en collaboration avec des sociétés d'études de marché

- Enquête téléphonique auprès des résidents luxembourgeois, avec un focus sur le territoire d'Esch2022

Il s'agit d'une étude barométrique auprès d'un échantillon de 1160 résidents luxembourgeois (636 dans la région Sud et 526 dans le reste du pays). Le travail de terrain de cette enquête a été réalisé par TNS ILRES, une société d'études de marché luxembourgeoise (GROUPE KANTAR). La première vague de l'étude est finalisée. La seconde est prévue fin 2022-début 2023, pour mesurer l'évolution de plusieurs indicateurs. Plusieurs dimensions ont été étudiées, notamment la connaissance de l'offre culturelle de la région, la notoriété du projet Esch2022 ainsi que les premiers indicateurs sur l'intérêt et l'intention de participer à Esch2022. Cette étude a permis, entre autres, de démontrer et de confirmer l'intérêt de la population par rapport au potentiel du projet ainsi que sa disposition et sa volonté d'y participer.

- L'enquête d'image

Esch2022 a confié à TNS ILRES le soin de réaliser une enquête barométrique (enquête en ligne basée sur le panel TNS ILRES - 1539 interviews) sur l'image de la région Minett et de la ville d'Esch-sur-Alzette. La première vague de cette étude a été lancée en juin 2021, la seconde est prévue au printemps 2023. L'objectif est de mesurer l'évolution de l'opinion des résidents luxembourgeois sur une série de dimensions liées à l'image de la région et de la ville, avant et après la célébration d'Esch2022. L'objectif est également que cette enquête se poursuive après 2023 et qu'elle serve de référence pour les futures études d'image qui seront réalisées ultérieurement. Cette enquête est assez vaste et comprend de nombreuses dimensions : identification et attachement à la région, appréciation des attributs de la région et de la ville d'Esch-sur-Alzette, forces et faiblesses, perception de l'évolution du territoire, etc. L'étude montre entre autre que la culture est déjà considérée comme un atout fort de la ville d'Esch et de la région de Minett.

Collaboration avec la Ville d'Esch-sur-Alzette

Une collaboration étroite a été développée entre nous et Céline Schall, responsable de la recherche et de la formation du département des affaires culturelles d'Esch-Sur-Alzette. Une réunion hebdomadaire a été mise en place entre les deux départements, donnant lieu à de riches échanges et au lancement d'une première étude commune.

Depuis 2018, le service culturel réalise des études et des évaluations, le plus souvent en fonction des besoins des institutions ou des projets en cours. Il a également conclu une convention de collaboration de recherche avec le laboratoire Communication et Culture de l'Université d'Avignon pour une durée de 5 ans (2019-2024). Certaines des études menées dans ce cadre sont également pertinentes pour Esch2022. L'Université d'Avignon développe également des études culturelles pour la Kulturfabrik.

Ainsi, il a été décidé de s'appuyer sur cette collaboration et cette expérience pour lancer une étude commune sur la « Participation aux nouveaux tiers lieux culturels du territoire d'Esch2022 ».

RECHERCHE ET IMPACT

Collaboration avec le STATEC

Une collaboration étroite a été développée avec STATEC.

- Étude d'impact économique

Une convention va être signée entre STATEC et Esch2022 pour la réalisation de l'étude d'impact économique d'Esch2022. L'étude permettra de collecter différents types de données relatives à Esch2022 et à ses événements dans le but d'estimer les impacts directs et indirects de l'organisation de la capitale culturelle sur l'économie luxembourgeoise. Plus précisément, ce projet vise à atteindre les quatre objectifs suivants :

- collecter des données auprès des organisateurs de l'événement, des visiteurs et des municipalités participantes ;
- centraliser, vérifier et traiter les données afin de constituer un système d'information exploitable ;
- le calcul des coefficients d'impact direct et indirect ;
- la publication des résultats de cette étude.

Dans le cadre de cette convention, Esch2022 s'engage à réaliser différentes enquêtes auprès des organisateurs de l'événement, des visiteurs et des municipalités participantes.

- Études touristiques

Pour la toute première fois et suite à la demande d'Esch2022, la principale étude touristique auprès des résidents luxembourgeois au Luxembourg a intégré des questions permettant d'avoir un aperçu régional de la fréquentation touristique du pays. L'enquête a débuté en mars 2021.

https://statistiques.public.lu/fr/enquetes/espace-menages/tourisme-affaires-et-loisirs/questionnaireEN.pdf

Auparavant, les statistiques touristiques mesurées dans le cadre de cette enquête n'avaient qu'une dimension nationale. Notre objectif était de permettre de mesurer la fréquentation touristique de la région Minett par rapport à celle des autres régions. Certains items des questions de cette enquête historique ont également été modifiés à la demande d'Esch2022. En 2022, il est également prévu d'introduire dans cette enquête des questions spécifiques à Esch2022.

Enfin, il est également prévu de collaborer au contenu du questionnaire d'une autre enquête organisée par l'Unité des conditions de vie du STATEC (questions sur les pratiques culturelles).

3. Enquêtes sur l'offre culturelle

Le Ministère de la Culture a demandé au STATEC de relancer des enquêtes sur l'offre culturelle au Luxembourg. Ces enquêtes ont été lancées en 2021 mais l'objectif est également d'interroger les opérateurs culturels de manière rétrospective sur les années 2019 et 2020.

Malheureusement, l'importante enquête décennale sur les pratiques culturelles prévue par le LISER pour le Ministère de la Culture a été annulée en raison de COVID-19. Le LISER finalise actuellement une enquête nationale en ligne sur les pratiques culturelles dans les musées. D'autres enquêtes culturelles thématiques seront menées dans les années à venir, mais le calendrier ne correspondra plus aux besoins d'Esch2022.

RECHERCHE ET IMPACT

Collaboration avec Visit Luxembourg

Une collaboration a également été développée avec le Luxembourg for Tourism

- **Visiteurs du site web :** depuis avril 2021, il est possible de suivre le nombre de visiteurs qui cherchent des informations sur le site web du portail touristique Visit Luxembourg et Esch2022 reçoit les analyses mensuelles correspondantes. Cela nous permet de mesurer l'évolution des visiteurs de la page pour différentes régions touristiques du Luxembourg, en fournissant un point de référence pour la région Minett/Terres Rouges.
- **Enquêtes :** en 2021, nous avons introduit une question de notoriété sur Esch2022 dans l'enquête annuelle menée auprès des visiteurs étrangers. Le lancement de l'enquête a été reporté en raison de COVID-19. Elle a finalement commencé en juin et le travail de terrain durera un an (1500 interviews au total), avec des résultats à suivre. Quelques questions spécifiques sur Esch2022 seront ajoutées en 2022.

L'analyse du programme culturel et de la participation culturelle

- L'enquête auprès des porteurs de projets

Un questionnaire approfondi portant sur l'impact du projet, les progrès, la qualité, la satisfaction du soutien et les leçons apprises, a été élaboré. Les chefs de projet ont accepté de fournir ces informations dans le cadre de leurs contrats de subvention individuels. Des étapes de rapport intermédiaire et final sont prévues. Le questionnaire de l'enquête sera envoyé prochainement à tous les porteurs de projets.

- La plateforme 360

Une partie des informations des porteurs de projets sera collectée via la plateforme 360 mise en place par le département du programme culturel et le développeur informatique (Emysis). Le développement informatique permettra de croiser les données de la plateforme avec celles collectées par les deux enquêtes auprès des porteurs de projet. La plupart des catégories et indicateurs utilisés dans la plateforme par le département du programme correspondent aux indicateurs utilisés dans les autres collectes de données.

- L'enquête qualitative

Une grande étude qualitative devra être réalisée à partir de fin février 2022 pour mesurer l'opinion et la satisfaction des visiteurs sur les événements de l'année titre. Cette étude permettra également de collecter les informations nécessaires à la réalisation de l'étude d'impact économique. Ce seul appel d'offres de recherche encore à lancer au Luxembourg est prévu pour cet automne.

RECHERCHE ET IMPACT

Covid et son impact sur les projets

- Enquête Esch2022 sur l'impact de la pandémie COVID-19

Une enquête en ligne a été envoyée fin mai à tous les porteurs de projets afin d'évaluer l'impact de la pandémie sur les plans de préparation et d'exécution des différents projets.

- Collaboration avec le LISER

Une proposition de recherche a été introduite par LISER (l'Institut luxembourgeois de recherche socio-économique) en septembre 2021 auprès du Fonds national de la recherche du Luxembourg. Esch2022 était un partenaire de cette proposition de projet. Malheureusement, nous avons été récemment informés que le projet n'avait pas été accepté pour le financement par le FNR.

D'autres collaborations ont été établies avec le Dr Christian Lamour du LISER, un chercheur scientifique qui fait partie du programme CECCUT. Le réseau multidisciplinaire « CECCUT » a pour objectif d'analyser l'initiative de la Capitale Européenne de la Culture comme outil de cohésion urbaine dans les zones transfrontalières de l'Union Européenne. Esch2022 a participé à un atelier sur l'inclusion sociale organisé par CECCUT et participera également en novembre au prochain atelier sur le développement urbain.

Enquête auprès des « stakeholders »

Des questionnaires sont en cours d'élaboration pour une enquête en ligne (enquête Monkey) et des entretiens approfondis qui seront également menés par l'équipe d'Esch2022 auprès des « stakeholders » (bourgmestres, responsables des services culturels des municipalités, intervenants dans diverses institutions). Une première vague devrait être réalisée avant l'ouverture en février 2022, la seconde à la fin de l'année 2022 ou au début de l'année 2023.

En France

Nous avions déjà souligné que la difficulté venait de la faible population du territoire (environ 30 000 habitants) de la CCPHVA. A cette échelle, il n'y avait pas de mesure de l'activité culturelle ou touristique.

Nous avons développé une collaboration avec l'AGAPE, qui est l'Agence d'Urbanisme et de Développement Durable chargée de réaliser des études pour différentes communautés de communes du Nord de la Lorraine comme la CCPHVA. Une première et importante collaboration a consisté en l'adoption des outils de collecte de données développés au Luxembourg. L'AGAPE a commencé à organiser des séances d'information avec les municipalités pour présenter ces outils, l'objectif étant qu'ils soient mis en place à la fin de l'année. Ces outils seront également adoptés par le centre culturel de Micheville (l'Arche), ce qui représente une excellente nouvelle pour notre suivi, étant donné que le pôle de Micheville accueillera une grande partie des projets organisés sur le territoire de la CCPHVA. L'AGAPE apprécie beaucoup les outils réalisés pour la collecte des données culturelles et nous a demandé l'autorisation d'utiliser ces outils dans toute la région Lorraine Nord et pas seulement dans la CCPHVA.

Outre l'Université d'Avignon mentionnée précédemment, d'autres collaborations ont également été envisagées en France, notamment avec l'Université de Lorraine, mais elles n'ont pas encore abouti à des projets concrets.

TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE





L'année 2021 faisait partie du marketing touristique en vue de 2022 et au-delà. De plus, l'accent a été mis sur le développement de produits touristiques et, par conséquent, plusieurs projets ont été réalisés ; par exemple un guide de voyage pour la région Esch2022. Il s'agissait également de réseauter avec des partenaires locaux, régionaux et nationaux. Dans le domaine de la mobilité, le circuit cyclo touristique « Minett Cycle » est le résultat de nos groupes de travail interministériels.

Dans le domaine du développement durable, le projet « ELO » est né, un consortium d'acteurs locaux dans le domaine du développement durable, ainsi que le développement d'un outil et d'une stratégie de communication physique.

Par ailleurs, dans le domaine de l'accessibilité à la culture, une personne a été embauchée pour s'occuper de ce dossier essentiel pour Esch2022. Une coopération avec l'association « Cultur'All » a été engagée et l'accent a également été mis sur l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap physique et mental.

Tourisme

Communication et marketing touristique

Fidèles à notre stratégie touristique (qui a été présenté le 1er juin 2021 à Dudelange au Centre Culturel « Opderschmelz » en présence du Ministre du Tourisme Lex Delles), nos objectifs en matière de communication et de marketing touristique ont été poursuivis. Ceci en échange étroit avec nos partenaires.

Ambassadeurs touristiques

Notre stratégie de communication pour les médias sociaux a été créée en collaboration avec notre agence de communication Rethink. Ici, l'accent a été mis sur la coopération avec des ambassadeurs touristiques qui présentent leur région sous forme de vidéos et interviews publiés sur Facebook, Instagram et notre site web.

Médias numériques

En plus des vidéos énumérées ci-dessus, de nombreuses autres vidéos ont été produites. Ceux-ci ont également été publiés dans les médias habituels.

- Présentation de la stratégie touristique
- Présentation du Youth Hostel à Esch-sur-Alzette
- Présentation du Minett Park « Fond-de-Gras »
- Vidéo promotionnelle de la région en collaboration avec « Visit Luxembourg » (Luxembourg for Tourism)

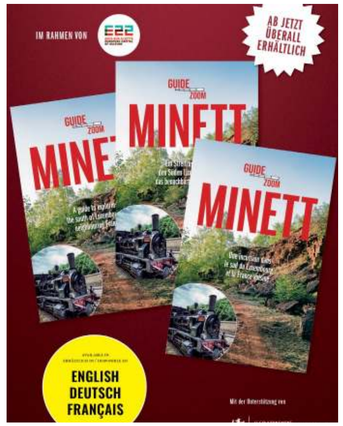
Luci TV

Esch2022 était invitée par le « Luxembourg for Tourism » à participer aux 3 émissions de « Luci TV ». « Luci TV » propose un mélange intéressant de discussions en direct avec des représentants de la destination et de courts reportages sur le Luxembourg, le tout sur une toile de fond exceptionnelle.

Agence réceptive

Au cours de l'année, les contrats avec notre agence réceptive officielle « DMC by Sales-Lentz » ont été signés. Depuis, des packs forfaitaires Esch2022 ont été créés, qui sont proposés aux voyagistes professionnels. Le marketing et la vente sont assurés par « DMC by Sales-Lentz ».

TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE





Campagne touristique

En été, la première campagne touristique nationale a été lancée sous le slogan #ExperienceEsch2022. La campagne touristique comprenait des médias sociaux, des campagnes de dépliants et d'affiches au niveau national et dans la Grande Région.

Publications touristiques

Zoom Minett

Le guide touristique « Zoom Minett. Une incursion dans le sud du Luxembourg et la France voisine » a été officiellement lancé le 2 décembre.

Dans le cadre de la promotion de la région Esch2022, ce guide de voyage spécial a vu le jour avec le soutien de la Direction générale du Tourisme. Celui-ci est désormais disponible en trois langues.

Le guide de voyage nous transporte dans une région empreinte de changement, de créativité et d'inspiration. Il présente environ 60 destinations : des classiques comme le Parc Merveilleux de Bettembourg ou les vestiges de l'ère industrielle au charme brut, en passant par quelques secrets bien cachés comprenant leur lot d'anecdotes et de perspectives.

Le guide est disponible en DE/FR/EN au Luxembourg et dans la Grande Région, ainsi qu'en ligne sur *https://ernster.com*, 168 pages, comprenant quatre pages panoramiques pliables, 16,50 €.

Merian

Une collaboration avec le « Luxembourg For Tourism » nous a permis de financer une édition spéciale du magazine de voyage allemand « Merian » sur le Luxembourg et la région Esch2022. L'édition sera publiée fin janvier 2022.



TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE



© Esch2022 ORT Sud

MINETTCYCLE

Projets touristiques

Minett Trail

Le groupe de travail autour du Minett Trail, organisé par l'équipe d'Esch2022 et comprenant tous les acteurs impliqués, s'est vue régulièrement pour discuter sur les divers sujets liés au trail (programmation culturelle, communication, marketing touristique,...).

Minett Cycle

Le circuit cyclo touristique « Minett Cycle » est le résultat de nos groupes de travail interministériels afin de garantir aux visiteurs la meilleure mobilité et d'utiliser le cadre d'Esch2022 pour promouvoir la mobilité active et la multimodalité au sud du Luxembourg.

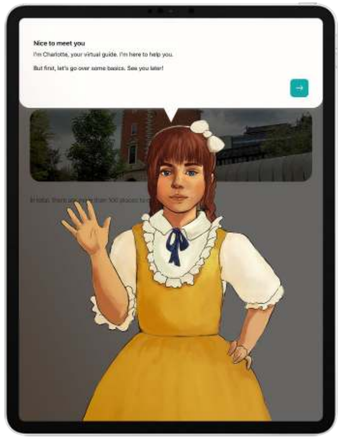
Au fil de l'année, le projet est devenu de plus en plus concret, le tracé a été défini en concertation avec les communes, et des partenaires ont été activement recherchés pour que le projet puisse continuer à se développer même après 2022. En collaboration avec notre partenaire de projet « Visit Minett », une identité visuelle a été créée, qui peut être parfaitement intégrée dans le reste de la gamme de produits « Visit Minett ». Le bureau d'études « Schroeder & Associés » est responsable pour l'élaboration de l'itinéraire, l'étude de signalisation et toutes autres questions liés à la mobilité.
Le projet est réalisé avec le soutien financier de la Direction générale du Tourisme. Autres partenaires importants : Ministère de la Mobilité et des Transport publics, Ministère de l'Aménagement du Territoire, Administration des Ponts & Chaussées, les différents communes d'Esch2022 ainsi que les autres communes membre de « Visit Minett ».

discovARminett

L'application de réalité augmentée développée par Esch2022 a été nommée « discovARminett », a obtenu son identité visuelle et comprend un total de 14 tours dans 11 communes luxembourgeoises et 2 communes françaises. Ensemble avec l'entreprise allemande « Urban Timetravel S.A. » les tours ainsi que les points d'intérêt ont été réalisés en concertation avec les différentes communes. En tant qu'initiateur, l'école de la nature de Lasauvage est le partenaire principal pour Esch2022 et a participé activement à la conception de l'application.

Le lancement de l'application est prévu pour avril 2022.





discovAR minett

TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE



Urban Time Travel Belval

Pour le voyage virtuel dans le temps sur Belval, les développements techniques et la modélisation de la source Belval et de la terrasse des hauts-fourneaux sont sur la ligne droite. Le storyboard a pu être finalisé. Des réunions de coordination régulières et des tests sur site ont eu lieu sur une base hebdomadaire. Un marché de concession a été lancé en fin d'année pour trouver un opérateur économique.

Travel Stories

Le blog de voyage participatif « Travel Stories » a été publié sur notre site internet en milieu d'année. Environ 30 récits d'auteurs différents racontent de la région. Esch2022 invite les visiteurs de la région à partager leurs endroits préférés et recommandations. Les textes seront ensuite publiés sous une des différentes catégories (Indeed, Off the beaten parth, A region for all, Local flair).

Pour encourager la participation, les « Travel Stories » ont été abordés deux fois dans la newsletter et faisaient également partie de divers communiqués de presse.

Salons touristiques et missions officielles

La participation aux salons touristiques et aux missions officielles a été très difficile compte tenue de la situation pandémique.

Néanmoins, nous avons pu participer à deux salons différents : Sur invitation de l'Ambassade du Luxembourg en Suisse au «Fernwehfestival» à Berne et à Strasbourg à l'« Expo du vélo ».

Une autre date importante a été la participation au « Belux Workshop » à Cologne le 5 octobre. Cet événement, organisé par le « Luxembourg for Tourism », s'adressait aux voyagistes internationaux et a permis à Esch2022 de présenter son offre culturelle et touristique.

Sur invitation de la Direction générale du Tourisme Esch2022 a également participé à la mission officielle à Dubaï sur l'Expo Mondiale « Expo 2020 ». Outre une présence de trois jours au pavillon Luxembourgeois, d'autres éléments de programmation liés au tourisme étaient à l'ordre du jour.

TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE



Mobilité

TICE

« Den TICE rullt fir Esch2022 ». Depuis début 2021, un partenariat existe entre Esch2022 et le Syndicat T.I.C.E pour le domaine de la mobilité. Fin 2021, le Mural Artist et illustrateur Alain Welter a développé, à la demande des deux partenaires et en collaboration avec eux, un design de bus particulier avec des motifs du Minett, qui sont désormais visibles sur dix bus du syndicat intercommunal des transports TICE. Esch2022 souhaite encourager et sensibiliser les visiteurs et habitants de la région aux transports en commun. Ce projet unique contribuera à faire percevoir le bus comme un moyen de transport durable.

Semaine européenne de la mobilité

Esch2022 a participé à la Semaine européenne de la mobilité du 16 au 22 septembre et a réalisé un nombre de projets différents. La campagne bénéficie du soutien de la Commission européenne et de sa direction générale de l'environnement ; elle promeut une mobilité durable, mais aussi la santé et la qualité de vie des habitants. Le soutien apporté aux moyens de transport durables (déplacements à pied, vélo, transports publics) veut encourager les citoyens à prendre en considération les alternatives à la voiture.

- « Eng spannend Juegd duerch de Süden » : Esch2022 a invité les gens à une aventure captivante sous forme d'une randonnée concours tout au long du Minett Trail.
- Actions en collaboration avec les différentes communes :
    - Parking Day à Esch-sur-Alzette et Sanem
    - Journée sans voiture à Esch-sur-Alzette
    - Journée sans voiture à Ottange
    - Journée de la mobilité à Käerjeng
- « Stëmmen am Bus » : En prévision de la Semaine européenne de la mobilité plus de 300 personnes ont prêté leur voix au cours de huit castings réalisés dans différentes communes : Esch2022 a retenu 110 voix qui annonceront les arrêts des bus TICE à partir du 16 septembre 2021. L'enregistrement s'est fait à la « Rockhal » et au studio « Unison ».

Vëlosummer

Esch2022 a également participé au « Vëlosummer ». Une action organisée par la Direction générale du Tourisme et le Ministère de la Mobilité et des Travaux publics. L'objectif est de promouvoir le vélo et la mobilité active. L'équipe d'Esch2022 était présente au Ellergronn du 14 au 15 août pour distribuer des gourdes du Minett Cycle au cyclistes et a organisé un atelier de réparation de vélo.

Vël'Ok

Tous les vélos du système régional de location de vélos « Vël'Ok » étaient marqués aux couleurs d'Esch2022. L'objectif est d'attirer l'attention sur le vélo en tant que moyen de transport durable.

TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Développement durable

Une stratégie locale durable

Esch2022 est limité dans le temps par son nom, mais pas par son action. En effet, l'objectif est de développer des outils et des solutions pour les habitants de la région Esch2022, avec les habitants de la région, qui survivront l'année 2022.

La démarche était claire. En 2020, Esch2022 a organisé des tables rondes et des groupes de discussion avec les associations, les entreprises locales et les communes, afin d'identifier les besoins et les attentes en matière de développement durable pour une Capitale européenne de la culture et spécifiquement pour la région Esch2022.

Avec le soutien du Ministère de l'Environnement, du Climat et du Développement durable l'idée de base a pris une envergure plus importante avec comme résultat le projet « Esch2022 – Nohaltegkeet erliewen » et l'embauche d'un chargé de développement durable au sein du département.

Début 2021, une charte, un réseau, une boîte à outils et des outils de communication dédiés ont été construits sur cette base.

Tout d'abord, la charte se concentre sur 6 actions fondamentales :

Tourisme et hébergement – l'objectif est de mettre en œuvre une approche « slow tourism », c'est à dire un tourisme responsable, en travaillant avec les acteurs clés et en communiquant sur la spécificité de la région.

Restauration - tous les porteurs de projets d'Esch2022 s'attacheront à proposer des repas durables, y compris des régimes végétariens et végétaliens. 50 % des ingrédients devront provenir d'un rayon de 100 km autour du lieu de l'évènement, et au moins 20 % d'une production bio locale. Ces deux objectifs sont conformes au programme national. En outre, Esch2022 s'engage à introduire plus de transparence sur l'origine des ingrédients pour les visiteurs qui assisteront à un événement, et à travailler avec des associations locales pour éviter le gaspillage alimentaire.

Gestion des déchets - Avant de parler du tri des déchets, Esch2022 vise à réduire les déchets au strict minimum. Grâce à des solutions locales, nous avons identifié des alternatives aux produits à usage unique.

Économie locale et partage - Faire partie de l'économie locale signifie travailler avec les acteurs locaux pour trouver des solutions durables, mais aussi réduire l'empreinte écologique avec des transports plus courts.

Mobilité, accessibilité et plaisir - La mobilité et l'accessibilité durable reposent sur les outils disponibles, mais aussi sur la communication autour de ces outils. Esch2022 travaille en étroite collaboration avec les acteurs locaux pour développer les solutions et permettre à chaque visiteur de profiter des lieux et des événements d'Esch2022.

Communication – Esch2022 souhaite que les organisateurs d'événements communiquent réellement sur leur engagement durable en utilisant des outils de communication durable, du site web à l'imprimé en passant par les goodies.

Pour rendre crédible les engagements de la charte, Esch2022 développe une boîte à outils qui se compose de solutions concrètes, mais aussi de méthodologie et d'actions à mener.

TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE





Le réseau ELO comme héritage

Pour mettre en œuvre toutes ces actions, Esch2022 a développé une marque spécifique : ELO. ELO sera le réseau d'outils et d'acteurs qui survivra à Esch2022.

Un réseau d'acteurs locaux durables

Le réseau ELO se construit autour des acteurs d'Esch2022 et de la région. En effet, plusieurs projets d'Esch2022 sont orientés vers le développement de solutions durables. Notre objectif est de permettre à ces solutions de se développer et de survivre à Esch2022 afin qu'elles puissent aider les événements et acteurs futurs. Nous animerons ce réseau par des rencontres et des ateliers sur différents sujets durables.

Une boîte à outils offrant des guides, des bonnes pratiques et des solutions concrètes

La boîte à outils est une somme de différents types de documents et d'informations.

Tout d'abord, les guides sur le thème de la durabilité. Ces guides donnent des connaissances de base pour comprendre la situation et des conseils pour améliorer l'événement ou le projet. Ces conseils proviennent des parties prenantes d'Esch2022 et des acteurs de la durabilité du territoire.

Il existe des listes d'acteurs locaux qui peuvent aider le partenaire du projet à atteindre l'objectif de durabilité, par exemple en fournissant des services et des outils.

L'objectif est de répertorier des bonnes pratiques pour inspirer les membres du réseau.

L'identité graphique et les outils de communication physique

Tout d'abord, Esch2022 a donné un nom au projet. « ELO », ce qui signifie « Maintenant » en luxembourgeois. En matière de durabilité, nous devons agir maintenant.

Deuxièmement, un logo a été conçu. Derrière ELO, on peut identifier le visage d'un humain. En effet, la solution pour agir maintenant en faveur du développement durable est entre nos mains, les humains.

elo



L'identité visuelle présente les six domaines d'action d'ELO avec un code couleur spécifique.

Enfin, Esch2022 a développé un outil et une stratégie de communication physique. Pour ces outils, trois critères principaux ont été définis : durabilité, esthétique et modularité.

Des totems en bois européens, conçus par des agences luxembourgeoises et produits par des artisans belges ont été construits. En parallèle des stands mobiles ont été développés. Le principal avantage est qu'on n'aura pas besoin de les refaire pour chaque événement, il suffit de changer le message qui y figure.

TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

L'accessibilité dans le cadre d'Esch2022

La collaboration avec l'association « Cultur'all », en charge du « Kulturpass », a conduit à la création d'un poste dédié aux questions d'accessibilité à la culture, à partir d'août 2021. L'objet de cette collaboration est de développer l'accès et l'inclusion à la culture des publics qui en sont éloignés, par le développement d'une offre culturelle adaptée à tous.

Afin d'atteindre des publics qui sont éloignés de la culture et de comprendre quels sont les freins existants, la chargée a initié depuis 2021 un travail de terrain et recherché l'échange avec les associations du milieu culturel et social des différentes communes d'Esch2022. Les premiers contacts ont permis de commencer à développer en commun avec différentes associations du milieu social et culturel et avec les différents départements d'Esch2022, des outils de médiation culturelle et de communication afin de mieux inclure les publics.

En ce qui concerne les publics à besoins spécifiques, les relations qui ont été développées avec les structures de personnes à besoins spécifiques ont également permis de réfléchir à l'inclusion de ces publics. Ainsi par exemple, le travail avec « Info Handicap » a permis de former les bénévoles et les médiateurs d'Esch2022 aux questions d'accessibilité. Le travail avec « HöhrgeschädigtenBeratung SmH » a aussi permis de développer des visites en langue des signes qui seront proposées en 2022, tout comme la mise en place de la solution « Immersive Live », des gilets vibrants qui ont commencé à être testés lors de certains événements en 2021 et continueront de l'être tout au long d'Esch2022 et au-delà. Quant au public malvoyant, le contact avec des structures comme la Fondation « Lëtzebuerger Blannenvereenegung » a permis de prendre en compte l'accès de ces publics aux événements Esch2022, comme notamment à travers de visites guidées pour personnes aveugles et malvoyantes qui seront proposées en 2022.

Au niveau de la communication, des projets de communication en langue simple sont en cours de développement en collaboration avec « Klaro », un service de l' « APEMH ». L'accessibilité du site internet d'Esch2022 a elle aussi été améliorée avec l'utilisation d'outils d'accessibilité spécifiques tels que des widgets qui permettent d'améliorer la navigation sur le site internet.

Au travers de la collaboration avec « Cultur'all », il s'agit aussi d'élargir l'accès à la culture via l'outil financier du « Kulturpass » et permettre aux publics financièrement précarisés d'accéder à la culture. Ainsi l'un des objectifs est d'élargir l'accès au « Kulturpass » dans la région Esch2022, y compris pour les communes partenaires françaises.

Cette collaboration a également pour objectif de développer une mise en réseau entre différents acteurs dans la région Esch2022. Concrètement, il s'agit de mettre en relation au sein de chaque commune les acteurs locaux du milieu culturel, social et institutionnel autour de la thématique de l'accessibilité à la culture. Cette mise en réseau permettra de sensibiliser mutuellement les acteurs aux réalités vécues des différentes publics et de développer ensemble des solutions en matière d'accessibilité à la culture, comme des outils qui pourront accompagner les acteurs concrètement dans cette démarche, et à terme de réduire ainsi les freins en matière d'accès à la culture. Un premier échange est prévu début 2022 à Esch-sur-Alzette, et des échanges de ce genre seront lancés et dans les autres communes d'Esch2022 tout au long de la durée de la Capitale européenne de la culture. Dans cette même idée, il est prévu de favoriser les relations entre communes de la région sur la thématique de l'accessibilité, et pour cela un échange entre communes sera également mis sur pied et développé.

TOURISME, MOBILITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Sur le plan international, la collaboration avec « Cultur'all » a pour but de mettre en relation divers acteurs internationaux qui ont pour mission de favoriser l'accès à la culture. Cette mise en réseau transnationale permettra à terme de développer une plateforme européenne sur l'accessibilité à la culture, ainsi qu'un plaidoyer commun afin de favoriser l'accès à la culture pour tous. Un premier échange entre partenaires aura lieu en février 2022 et une grande rencontre internationale se tiendra dans la région d'Esch2022 en octobre 2022.

SPONSORING

SPONSORING

La stratégie de partenariat

Les ambitions d'Esch2022 restent celles définies lors du précédent suivi, à savoir celles d'être un moteur de la relance post-Covid. En effet, Esch2022 se positionne comme un soutien précieux pour la relance des secteurs touristique et économique.

- **La stratégie de sponsoring**

Les « Main Partner » se distinguent des « Supporting Partner » et des « Media Partner ».

Le « Main Partner » est défini comme un partenaire stratégique d'Esch2022, c'est un partenaire financier. Les partenaires suivants sont sur le point de signer un contrat : BMW Group BeLux et ArcelorMittal. Nous sommes également en négociations avec la société Ferrero.

Le « Supporting Partner » est un fournisseur officiel d'Esch2022, il soutient le projet en fournissant un service en nature. Les partenaires suivants nous ont rejoints : TICE, CFL, Bofferding, Poll-Fabaire, Luxair et Accor. Luxlait est sur le point d'être signé.

Une série de projets/événements promotionnels sont planifiés avec les partenaires pour atteindre un grand nombre de personnes et promouvoir Esch2022 et ses partenaires.

Un « Media Partner » est un partenaire média d'Esch2022, il soutient le projet en lui donnant une grande visibilité dans la presse et les médias.

Les conventions de partenariat avec l'Essentiel, le Mediahuis, RTL et Editpress sont sur le point d'être signées.

Esch2022 persévère dans son travail de fidélisation et d'acquisition de nouveaux partenaires et souhaite en acquérir de nouveaux d'ici fin 2022.

- **Présentation de la structure de soutien aux porteurs de projets**

Esch2022 va plus loin en développant des partenariats stratégiques « REMIX » pour accompagner le développement futur du programme culturel au-delà de 2022.

La « Market Place Esch2022 », les « Esch2022 Webinar Series » et le « Match Making Esch2022 » nous ont amené à mettre en place une organisation spécifique, le Business For Culture Club (BFCC). Cette organisation va être structurée en une ASBL.

Cette structure, qui aura prochainement son propre site web, a pour but de :

- rassembler tous les porteurs de projets Esch2022 en recherche de financement ou d'apports en nature,
- rassembler toutes les entreprises qui souhaitent soutenir le secteur culturel (en financement ou en nature).
- organiser des webinars et des formations afin de soutenir les porteurs de projets dans leur recherche de partenaires,
- organiser des événements et mettre en place un programme-cadre diversifié pour la mise en réseau.

SPONSORING

Jusqu'à présent, l'aide apportée aux porteurs de projets était orientée vers l'organisation de webinaires, d'événements de matchmaking (avec l'aide d'IMS Luxembourg et Luxinnovation - Woodcluster), de coaching personnel et de prospections d'entreprises pour les porteurs de projets.

Le Business for Culture Club a également déjà permis d'importants échanges entre les porteurs de projets et les entreprises. Ainsi, un certain nombre de projets ont pu être soutenus financièrement ou en nature par des entreprises régionales membres du Business for Culture Club.

Cette initiative est très appréciée par le Ministère des Petites et Moyennes Entreprises et le soutien pour un développement ultérieur de la BFCC a été exprimé.

Le premier événement du Business for Culture Club a eu lieu le 16 décembre 2021 au Schlassgoart à Esch-sur-Alzette. Ce bâtiment n'a pas été choisi sans raison : il est soutenu par notre Main Partner, ArcelorMittal.

Un calendrier des événements a été établi pour 2022, avec au moins un événement mensuel pour les membres du Business for Culture Club. En outre, un plan de communication a été mis en place pour promouvoir les événements.

Les réactions aux premiers événements ont été très positives et nous avons pu créer une grande portée grâce à la publicité sur les réseaux sociaux.

Fin 2021, le Business for Culture Club comptait 70 membres.

- **Campagne**

Une campagne numérique a été lancée avec le double objectif de valoriser les partenaires déjà acquis mais aussi d'en mobiliser d'autres. Dix ambassadeurs marquent leur soutien à Esch2022.

BILAN FINANCIER

BILAN FINANCIER

Bilan en EUR
au 31 décembre 2021

ACTIF	31.12.2021	31.12.2020
C. Actif immobilisé	**721 942,47**	**280 674,46**
I. Immobilisations incorporelles	341 637,09	192 219,36
1. Frais de développement	188 928,29	136 619,60
2. Concessions, brevets, licences, marques, ainsi que droits et valeurs similaires s'ils ont été	26 338,80	6 349,76
a) acquis à titre onéreux, sans devoir figurer sous C.I.3	26 338,80	6 349,76
4. Acomptes versés et immobilisations incorporelles en cours	126 370,00	49 250,00
II. Immobilisations corporelles	380 305,38	88 455,10
3. Autres installations, outillage et mobilier	380 305,38	88 455,10
D. Actif circulant	**16 988 885,28**	**20 381 496,79**
II. Créances	2 926 085,77	872 001,05
1. Créances résultant de ventes et prestations de services	942,00	1 000,00
a) dont la durée résiduelle est inférieure ou égale à un an	942,00	1 000,00
4. Autres créances	2 925 143,77	871 001,05
a) dont la durée résiduelle est inférieure ou égale à un an	2 925 143,77	871 001,05
IV. Avoirs en banques, avoirs en compte de chèques postaux, chèques et encaisse	14 062 799,51	19 509 495,74
E. Comptes de régularisation	**53 111,06**	**25 803,19**
TOTAL DU BILAN (ACTIF)	**17 763 938,81**	**20 687 974,44**

BILAN FINANCIER

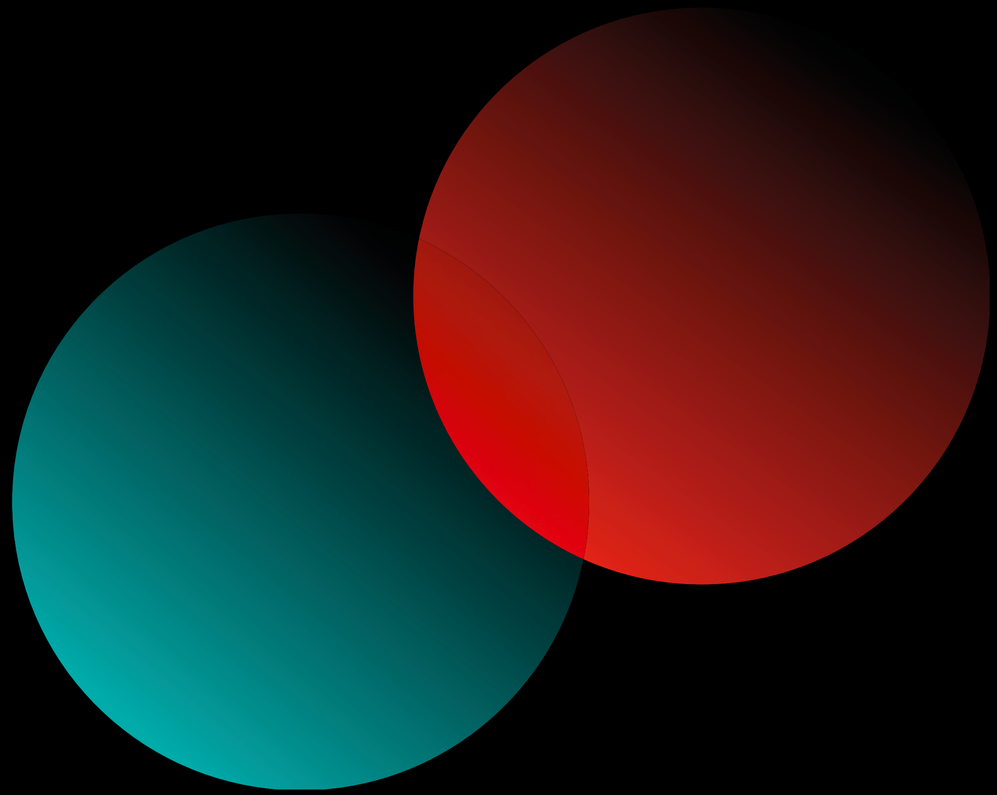
PASSIF		31.12.2021	31.12.2020
A.	**Capitaux propres**	**721 942,47**	**280 674,46**
	VI. Résultat de l'exercice	-	-
	VIII. Subventions d'investissement en capital	721 942,47	280 674,46
B.	**Provisions**	**320 500,00**	**310 000,00**
	3. Autres provisions	320 500,00	310 000,00
C.	**Dettes**	**1 110 090,00**	**349 185,04**
	4. Dettes sur achats et prestations de services	962 956,21	299 102,71
	a) dont la durée résiduelle est inférieure ou égale à un an	962 956,21	299 102,71
	8. Autres dettes	147 133,79	50 082,33
	a) Dettes fiscales	63 822,45	-
	b) Dettes au titre de la sécurité sociale	68 518,76	45 426,90
	c) Autres dettes	14 792,58	4 655,43
	i) dont la durée résiduelle est inférieure ou égale à un an	14 792,58	4 655,43
D.	**Comptes de régularisation**	**15 611 406,34**	**19 748 114,94**
TOTAL DU BILAN (CAPITAUX PROPRES ET PASSIF)		17 763 938,81	20 687 974,44

BILAN FINANCIER

Compte de Profits et Pertes en EUR pour la période du 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021

COMPTE DE PROFITS ET PERTES		01.01.2021-31.12.2021	01.01.2020 -31.12.2020
1.	**Chiffre d'affaires net**	**8 569,00**	**3 990,00**
4.	**Autres produits d'exploitation**	**16 200 380,62**	**5 080 294,12**
5.	**Matières premières et consommables et autres charges externes**	**-13 578 978,01**	**-3 670 424,77**
	a) Matières premières et consommables	-586 866,00	-626 269,07
	b) Autres charges externes	-12 992 112,01	-3 044 155,70
6.	**Frais de personnel**	**-2 027 861,06**	**-1 328 285,82**
	a) Salaires et traitements	-1 796 029,26	-1 176 730,74
	b) Charges sociales	-231 831,80	-151 555,08
	i) couvrant les pensions	-144 769,00	-94 779,88
	ii) autres charges sociales	-87 062,80	-56 775,20
7.	**Corrections de valeur**	**-193 466,02**	**-38 573,58**
	a) sur frais d'établissement et sur immobilisations corporelles et incorporelles	-193 466,02	-38 573,58
8.	**Autres charges d'exploitation**	**-389 654,21**	**-46 540,79**
11.	**Autres intérêts et autres produits financiers**	**4,80**	**-**
	b) autres intérêts et produits financiers	4,80	-
14.	**Intérêts et autres charges financières**	**-18 995,12**	**-459,16**
	b) autres intérêts et charges financières	-18 995,12	-459,16
18.	**Résultat de l'exercice**	-	-

BUDGET



BUDGET

	2016 (*)	2017 (*)	2018 (*)	2019 (*)	2020 (*)	2021 (*)	2022	2023	TOTAL
Recettes Etat	83 000	25 000	4 000 000	4 000 000	13 500 000	6 760 000	9 000 000	2 632 000	40 000 000
Recettes Ville d'Esch	45 000	400 000	1 000 000	500 000	4 077 500	4 077 500	0	0	10 100 000
Recettes UE	0	0	0	0	0	1 500 000	0	0	1 500 000
Recettes sponsors	0	0	0	0	0	0	1 350 000	0	1 350 000
Recettes Autres	0	0	37 600	4 916	153 631	122 100	375 083	30 525	723 856
TOTAL RECETTES	128 000	425 000	5 037 600	4 504 916	17 731 131	12 459 600	10 725 083	2 662 525	53 673 856
Frais de personnel	38 775	267 124	152 542	867 839	1 328 286	2 027 911	2 433 685	1 007 049	8 123 210
Frais généraux	9 617	46 209	252 568	355 957	516 726	889 389	699 025	267 960	3 037 453
Départements	0	205 547	5 566	297 155	1 334 011	3 996 640	5 852 690	451 422	12 143 030
Marketing ECOC 2022	0	205 547	5 566	174 906	936 650	3 040 927	2 371 573	285 537	7 020 706
Marketing Projets « ASBL »	0	0	0	10 955	47 654	0	0	0	58 609
Mobilité & Tourisme	0	0	0	46 854	103 683	423 585	335 094	-4 402	904 814
Impact Research	0	0	0	64 440	104 010	163 446	213 257	143 092	688 245
Sponsoring	0	0	0	0	142 014	174 701	259 738	27 194	603 648
Autres dépenses internes	0	0	0	0	0	193 980	2 673 029	0	2 867 009
Dépenses projets « Région »	0	0	0	0	0	2 082 599	5 173 130	0	7 255 729
Dépenses projets « Autres »	0	0	0	207 664	1 902 271	7 180 887	13 563 181	129 956	22 983 959
Projets « ASBL » (100 %)	0	0	0	207 664	1 289 271	3 018 092	8 625 011	129 956	13 269 994
Projets « Autres » (50 %)	0	0	0	0	613 000	4 162 795	4 938 170	0	9 713 965
TOTAL DEPENSES	48 392	518 880	410 677	1 728 615	5 081 294	16 177 425	27 721 711	1 856 386	53 543 381
RESULTAT ANNUEL	79 608	-93 880	4 626 923	2 776 301	12 649 837	-3 717 825	-16 996 628	806 139	130 475
RESULTAT CUMULE	79 608	-14 272	4 612 651	7 388 952	20 038 789	16 320 964	-675 664	130 475	

(*) sur base des chiffres réels issus de la comptabilité

info@esch2022.lu
T +352 2883 2022
www.esch2022.lu

Bureau administratif
8, avenue des Hauts Fourneaux
L-4362 Esch-sur-Alzette

Siège social
163, rue de Luxembourg
L-4222 Esch-sur-Alzette

LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Culture

LUXEMBOURG
LET'S MAKE IT HAPPEN

EUROPEAN CAPITAL
OF CULTURE

ArcelorMittal

FERRERO