

Rapport d'activité 2025.

luxe.ticket-gie.lu



Sommaire

La mise en valeur de la scène culturelle & du divertissement au Luxembourg.

Le Luxembourgticket GIE est un
groupement d'intérêt économique qui a été
créé le 17 novembre 2023 sous l'impulsion
du Ministère de la Culture.

Introduction 4

Culture.lu 6

ECHO 18

luxembourgticket 30

Introduction



L'année 2025 s'inscrit dans la continuité de la dynamique engagée en 2024. Le regroupement physique des équipes en un seul lieu a facilité les échanges, renforcé la transversalité des compétences et encouragé le développement de projets communs, guidés par une vision stratégique partagée.

À travers ses trois plateformes, culture.lu, echo.lu et luxembourgticket.lu, le GIE déploie un écosystème intégré couvrant l'ensemble de la chaîne de

valeur de la culture et de l'événementiel au sens large, de la production et de la valorisation des contenus à la diffusion de l'information, jusqu'à la commercialisation des événements.

Cette complémentarité des expertises permet d'offrir un accompagnement cohérent et complémentaire aux acteurs culturels, touristiques, sportifs et événementiels, en renforçant leur visibilité et en facilitant leur mise en relation avec leurs publics.



En 2025, **Culture.lu** a affirmé son rôle de média culturel au service du secteur, en développant une offre éditoriale plus riche, plus diversifiée et pleinement en phase avec les usages numériques. La mise en place d'un programme éditorial à l'échelle annuelle, l'élargissement du réseau de contributeurs de contenus et le développement de formats audiovisuels ont permis de capter l'attention de publics variés et de renouveler les modes de narration culturelle.

Parallèlement, l'accès aux opportunités professionnelles a été facilité grâce à la diffusion d'offres d'emploi et d'appels à projets largement consultés, contribuant activement au dynamisme de la scène culturelle luxembourgeoise.

De son côté, **ECHO** occupe une position centrale dans la diffusion de l'information événementielle au Luxembourg. En proposant un agenda complet, accessible et continuellement actualisé, la plateforme facilite la rencontre entre une offre de plus en plus diversifiée et des publics aux attentes multiples.

Les développements engagés en 2025, notamment en matière de personnalisation des contenus, d'enrichissement des formats sur les supports digitaux et de renforcement des dispositifs de diffusion via API et widgets, ont permis d'accroître la visibilité des événements et d'améliorer leur mise en relation avec les publics.

L'activité de la billetterie **luxembourgticket** a poursuivi l'évolution de son modèle centralisé, en s'appuyant sur un réseau de partenaires solide et une stratégie de distribution combinant outils digitaux et présence sur le terrain.

L'intégration de nouveaux canaux, tels que la vente directe via Facebook, ainsi que le déploiement d'outils d'analyse comme Activity Stream, illustrent une capacité d'adaptation continue aux besoins des organisateurs et aux attentes du public.

La billetterie s'affirme ainsi comme un point central de commercialisation, capable d'accompagner des événements de toutes envergures tout en intégrant les évolutions des comportements d'achat.

Au-delà de leurs spécificités, ces trois activités convergent autour d'un objectif commun : renforcer la visibilité des initiatives, fluidifier l'accès à l'information et favoriser la participation du public.

L'année écoulée a également été marquée par une attention particulière portée aux contenus, à leur qualité, à leur diffusion et à leur capacité à engager des audiences de plus en plus fragmentées.

Le renforcement des équipes créatives, le développement de nouveaux formats et l'intensification des actions de communication traduisent cette orientation.

Ce rapport d'activité revient sur les principales évolutions engagées et résultats observés. Il met en lumière une organisation capable d'allier vision stratégique et mise en œuvre opérationnelle.

Fabien Madimba

Directeur, Luxembourgticket G.I.E.





Culture.lu : **Un portail culturel inclusif**

Culture.lu se distingue par son engagement à mettre en lumière la diversité de la création culturelle locale. La plateforme a pour vocation de valoriser les talents artistiques du pays en leur offrant un espace d'expression dédié, favorisant leur visibilité et leur mise en relation avec un public réceptif.

Sa mission ne se limite pas à la reconnaissance des acteurs établis, elle s'inscrit également dans une démarche de soutien à l'émergence de nouvelles créations, contribuant ainsi au dynamisme et à l'évolution de la scène culturelle luxembourgeoise.

Animée par une volonté d'accessibilité, la plateforme Culture.lu propose une diversité de formats : articles, vidéos immersives, podcasts, etc. afin de toucher des publics variés et de faciliter la découverte des contenus culturels. Cette approche contribue à rapprocher les publics des acteurs culturels et à encourager une appropriation plus large de l'offre culturelle.

Administrée par le Luxembourgticket GIE pour le compte du ministère de la Culture, la plateforme a connu une phase de développement marquée par le renforcement de son dispositif éditorial et le déploiement de nouveaux formats de contenus.

Une dynamique éditoriale renforcée

En 2025, la production de contenus a connu un renforcement significatif, appuyé par la mise en place d'un programme éditorial structuré sur l'ensemble de l'année. Organisé autour de thématiques mensuelles et de sujets phares, ce dispositif a permis de planifier les publications de manière cohérente, d'anticiper les temps forts culturels et de renforcer la lisibilité de la ligne éditoriale.

Dans ce contexte, le pôle de rédaction a connu un développement notable, passant d'une dizaine de collaborateurs réguliers à près d'une vingtaine de contributeurs actifs. Cet élargissement a favorisé la diversification des perspectives, l'enrichissement des approches éditoriales et un traitement plus

approfondi des thématiques, offrant ainsi une vision plus nuancée et plurielle de l'actualité culturelle luxembourgeoise.

Cette dynamique s'est traduite par une progression marquée dans la publication d'articles : **115 articles ont été rédigés** et partagés sur Culture.lu en 2025, soit **une hausse de plus de 57,53 % par rapport à l'année précédente**. Cette évolution témoigne du dynamisme du portail et de sa volonté à valoriser, de manière plus structurée et approfondie, la richesse et la diversité de la scène culturelle du Grand-Duché.

En 2025, 115 articles ont été publiés sur le site Culture.lu, contre 73 articles en 2024.

Catégorie	Nombre d'articles publiés	Nombre de consultations
Arts visuels	64	24 697
Musique	15	6 304
Spectacle vivant	14	5 046
Littérature	8	1 423
Culture et Sciences	14	4 103
Total	115	41 573

Nombre total de consultations d'articles sur Culture.lu en 2025 : 41 573, contre 30 457 en 2024.

Contributeurs actifs en 2025

Delali Amegah	Isabelle Debuchy	Nicolas Lefrançois	Patricia Sciotti
Claire Barthelemy	Sarah Goarnigou	Laetitia de Luppé	Chloé Sobczyk
Jess Bauldry	Godefroy Gordet	Guylaine Marchi Hanus	Jean-Marc Streit
Sarah Braun	Alice Hoffmann	Nataša Marković	Valeria Wiwinius
Nicolas Calmes	Ben Kraemer (interne)	Loïc Millot	
Pablo Chimienti	Natalie von Laufenberg	Geneviève du Parc Locmaria	

Production de contenus en interne

Jusqu'en 2025, l'équipe de Culture.lu intégrait un profil de rédacteur chargé de compléter le programme éditorial, en traitant des sujets non couverts par les contributeurs externes.

Toutefois, l'analyse des performances a mis en évidence un décalage entre les ressources mobilisées et l'impact réel de ces contenus : le volume de production restait limité (entre 15 et 10 articles par an) et leur niveau de consultation demeurait relativement faible. Par ailleurs, le coût de production interne s'avérait proportionnellement plus élevé que celui des articles réalisés par les rédacteurs externes.

Dans ce contexte, il a été décidé d'opérer un repositionnement stratégique de la production interne. Plutôt que de dupliquer une offre rédactionnelle déjà assurée efficacement par un

réseau élargi de contributeurs, l'équipe s'est orientée vers la création de formats plus dynamiques et complémentaires.

Ce virage s'est traduit par le développement de contenus audiovisuels tels que des vidéos, des podcasts filmés, des interviews ou encore des mini-documentaires. Ces formats, plus en phase avec les nouveaux usages numériques et les modes de consommation actuels, permettent de diversifier l'offre éditoriale de Culture.lu, d'élargir son audience et de renforcer son attractivité.

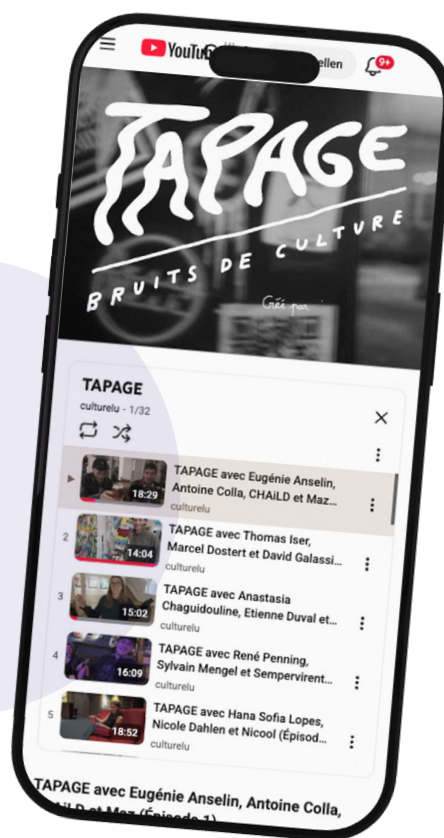
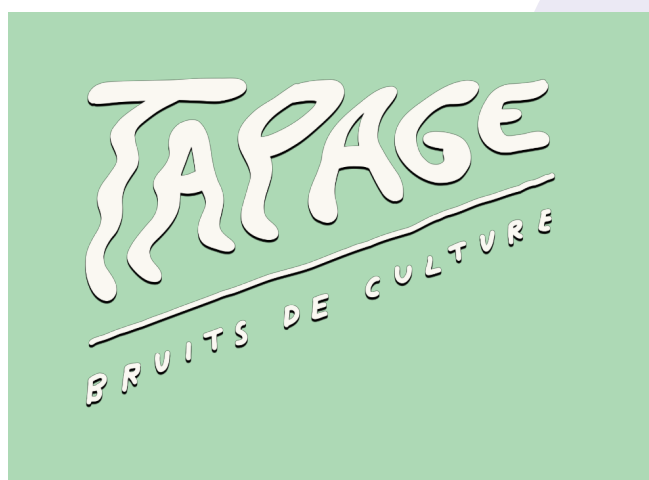
Cette évolution marque ainsi la volonté de positionner la production interne sur des contenus à plus forte valeur ajoutée, en complémentarité avec les articles rédactionnels, afin de proposer une offre éditoriale plus moderne, engageante et adaptée aux attentes des publics.

TAPAGE

En 2023, Culture.lu avait élargi son offre éditoriale en lançant « TAPAGE », une nouvelle série vidéo consacrée au vivier culturel et artistique au Luxembourg. À travers des rencontres et des entretiens avec des artistes et des créatifs, la série offrait une exploration subjective et intime de la scène culturelle du pays. Réalisée par Godefroy Gordet et Jérôme Freund, la série permettait de passer d'un lieu à un autre et de dresser le portrait de personnalités hétéroclites, reflet de la richesse et de la diversité culturelle du Luxembourg.

En décembre 2024, le dernier épisode de la série avait été mis en ligne sur Culture.lu, marquant l'aboutissement de ce cycle, après avoir présenté une quarantaine d'artistes au total.

Afin de clore ce projet de manière cohérente et transparente, un épisode de conclusion a été produit en 2025. Celui-ci a pour vocation d'expliquer TAPAGE dans son ensemble au public et de remercier tous les contributeurs de la série.



Wéi den Zoufall et wëll

« Wéi den Zoufall et wëll » est l'un des premiers formats audiovisuels développés pour compléter l'offre rédactionnelle traditionnelle. Il s'agit d'une émission filmée de type talk-show, dont l'objectif est de valoriser les acteurs et les institutions culturelles au Luxembourg à travers un format accessible et original.

Animée trimestriellement par Cecilia Said Vieira et Ben Kraemer, l'émission met en lumière, à chaque épisode, une personnalité ou un collectif issu de la scène culturelle luxembourgeoise. Son concept repose sur une mécanique simple et ludique : les invités tirent les questions au hasard dans un chapeau, introduisant ainsi une part de spontanéité et de surprise dans les échanges.

Le format se distingue par un ton décontracté, mêlant humour et légèreté, tout en abordant des thématiques de fond liées au secteur culturel. Les échanges se déroulent principalement en langue luxembourgeoise, renforçant l'ancrage local et l'authenticité du programme.

Chaque épisode est tourné dans un lieu culturel différent, offrant ainsi une immersion dans la diversité des espaces culturels du pays.

Suite à la décision de Cecilia Said Vieira de se consacrer à de nouveaux projets, la série « Wéi den Zoufall et wëll » s'est achevée en 2025 avec un dernier épisode diffusé durant l'été.

Au-delà de cette conclusion, les résultats obtenus – notamment en termes de vues, de consultations et d'engagement – ont confirmé la pertinence de ce type de formats audiovisuels. Ils ont permis à Culture.lu de toucher de nouveaux publics, moins réceptifs aux formats rédactionnels classiques, et d'élargir significativement sa portée.

Cette expérience constitue ainsi un point d'appui pour les développements futurs, en ouvrant la voie à de nouvelles collaborations et à la création de formats innovants, davantage en phase avec les usages et les attentes actuelles des audiences.

En 2025, 3 épisodes ont été publiés :

1^{er} Épisode :

avec la comédienne Aïda Sghiri. Épisode tourné au Croque Bedaine.

Nombre de vues cumulées sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok) :

32 220

Nombre de vues sur le site Culture.lu :

906

2^e Épisode :

avec Hugo Nogueira Centeno, chanteur du groupe de metal Praetor. Épisode tourné au Rocklab.

Nombre de vues cumulées sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok) :

22 781

Nombre de vues sur le site Culture.lu :

1 279

3^e Épisode :

avec Gilles Scaccia, Krys Pleimelding, Sascha Di Giambattista, organisateurs du marché des créateurs Augenschmaus. Épisode tourné dans les locaux de l'Association des artistes plasticiens de Luxembourg.

Nombre de vues cumulées sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok) :

24 896

Nombre de vues sur le site Culture.lu :

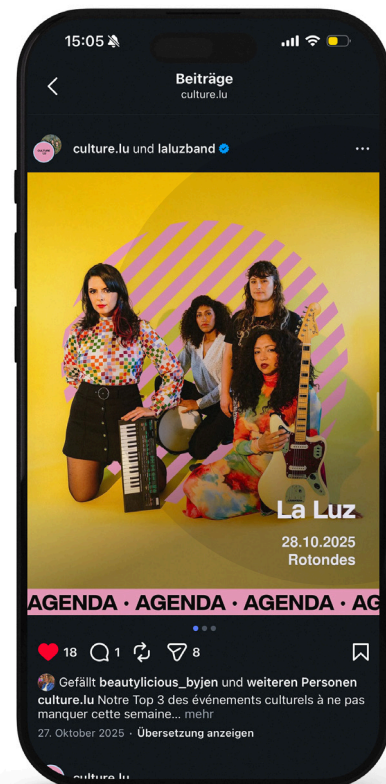
1 081

Présentation ludique du Kulturkalenner

En 2025, le Kulturkalenner, calendrier dédié à la programmation culturelle nationale et alimenté à partir de la base de données de la plateforme www.echo.lu, a fait l'objet d'une nouvelle approche éditoriale. Afin d'en renforcer la visibilité et l'accessibilité, un format de contenu plus dynamique et adapté aux usages des réseaux sociaux a été développé.

À partir du mois de mars, une sélection hebdomadaire d'événements culturels a ainsi été mise en avant à travers des publications conçues de manière ludique et visuelle. Ce travail de curation, aligné avec l'actualité culturelle, a permis de proposer aux publics une lecture simplifiée et attractive de l'offre disponible.

Ce format a contribué à valoriser le Kulturkalenner en le rendant plus engageant, tout en facilitant la découverte d'événements par des audiences élargies, notamment sur les réseaux sociaux. Il s'inscrit dans une volonté plus large de modernisation des formats de diffusion et d'adaptation aux nouveaux modes de consommation de l'information culturelle.



Chiffres clés sur Instagram en 2025

Nombre total d'affichages : **90 342**

Nombre moyen de comptes uniques touchés par post : **656**

Chiffres clés sur Facebook en 2025

Nombre moyen de comptes uniques touchés par post : **307**

Une communication harmonisée

Publication et valorisation des contenus éditoriaux

À partir d'avril 2025, un dispositif de communication renforcé a été mis en place afin d'accompagner systématiquement la publication des articles sur Culture.lu.

Chaque article publié fait désormais l'objet d'une déclinaison spécifique sur les réseaux sociaux – à travers une citation, une mise en lumière, une anecdote, etc. –, pensée pour susciter l'intérêt et encourager l'engagement des communautés.

Cette stratégie vise à créer un effet de passerelle entre les réseaux sociaux et le site, en incitant les utilisateurs à poursuivre leur parcours en ligne et à découvrir l'intégralité des contenus culturels proposés sur Culture.lu. Les publications sont

conçues comme des points d'entrée attractifs, capables de capter l'attention.

Dans cette optique, une nouvelle charte graphique a été développée afin d'assurer une cohérence visuelle entre le site internet et l'ensemble des supports numériques. Cette harmonisation renforce l'identité de marque de Culture.lu, améliore la lisibilité des contenus et contribue à une reconnaissance immédiate des publications auprès du public.

L'ensemble de ces actions s'inscrit dans une démarche globale visant à optimiser la diffusion des contenus, à accroître leur portée et à renforcer l'attractivité du portail auprès de ses différentes audiences.

Lancement de la newsletter Culture.lu

Le lancement, en mai, de la newsletter Culture.lu est une évolution importante dans la stratégie de communication de la plateforme. Envoyée deux fois par mois, elle s'inscrit dans une volonté de renforcer le lien avec les publics et de proposer un accès régulier, clair et éditorialisé à l'actualité culturelle.

La newsletter rassemble une sélection des temps forts culturels, incluant les articles et contenus médias publiés sur le site et les réseaux sociaux de Culture.lu, ainsi qu'une sélection d'appels à projets, d'offres d'emploi et de recommandations d'événements à ne pas manquer.

Elle permet ainsi de centraliser, dans un format accessible et synthétique, les informations essentielles à destination des professionnels comme du grand public.

Pensée comme un prolongement naturel du dispositif éditorial, la newsletter joue un rôle de relais stratégique entre les différents canaux de diffusion, en favorisant le retour des utilisateurs vers le site et en renforçant la visibilité des contenus publiés.

Dès son lancement, elle a rencontré un accueil très positif, s'imposant progressivement comme un rendez-vous régulier pour les amateurs et acteurs de la culture.

Cette dynamique confirme la pertinence de ce format dans le développement d'une relation durable avec les audiences de Culture.lu.

Nombre de newsletters envoyées en 2025 :

14

Click to open rate :

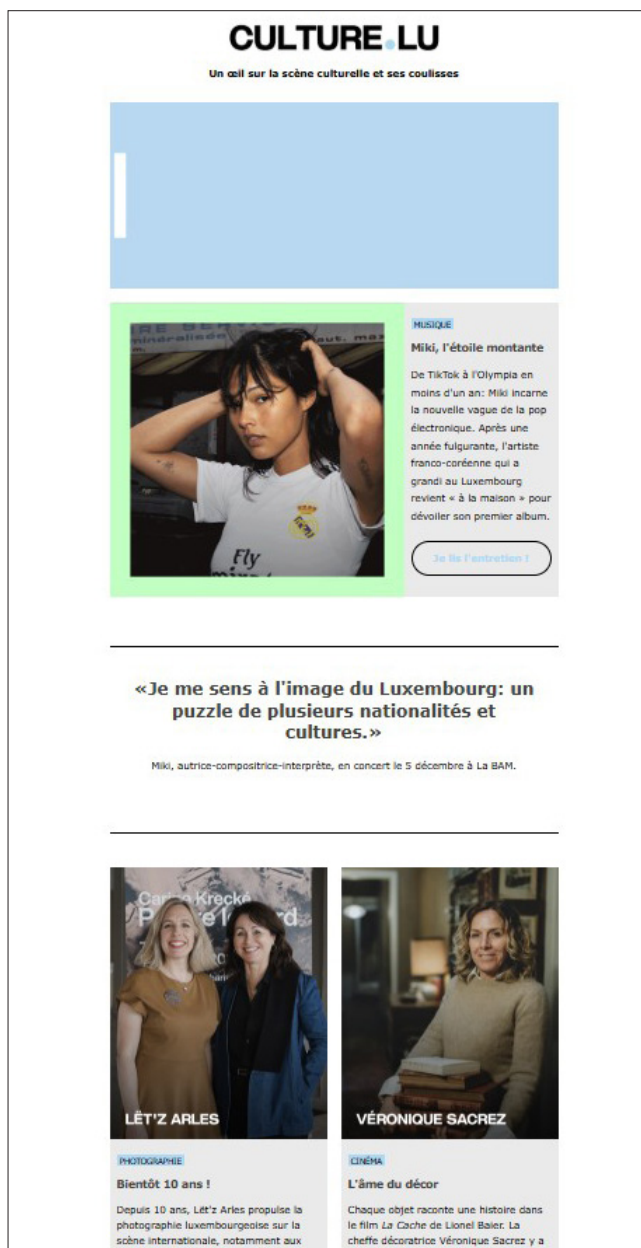
18,61 %

Nombre d'abonnés :

2 026

Taux d'ouverture moyen :

56,38 %



Exemple : newsletter du 04 décembre 2025

Partenariats stratégiques

Luxembourg Art Week

En 2025, un partenariat d'envergure a été établi avec Luxembourg Art Week, événement majeur du calendrier culturel luxembourgeois. Cette collaboration vise à accroître la présence de Culture.lu lors de moments clés du calendrier culturel, tout en permettant la production de contenus éditoriaux plus approfondis et diversifiés.

Le dispositif déployé s'est articulé autour de plusieurs axes complémentaires, combinant production de contenus, couverture éditoriale et actions en communication ciblées.

Sur le plan audiovisuel, plusieurs vidéos ont été réalisées, notamment une interview de la directrice de Luxembourg Art Week, un parcours immersif de l'Art Walk ainsi que des séquences mettant en lumière les coulisses de la foire, dont les phases de montage.

En parallèle, des articles de fond ont été publiés afin de proposer une lecture approfondie de l'événement, en mettant en avant les exposants, les temps forts et les nouveautés de cette édition. Cette approche éditoriale a permis d'accompagner le public dans la

compréhension des enjeux et des tendances de l'art contemporain.

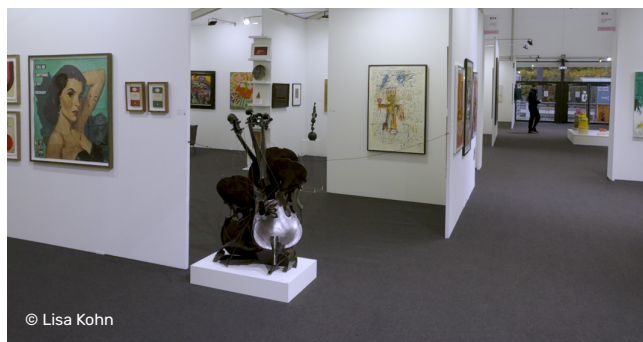
La diffusion du podcast « Art Talk Rewind », regroupant des conférences enregistrées lors de l'édition 2024, est venue enrichir cette couverture. Accessible sur Culture.lu, les réseaux sociaux de la plateforme et Spotify, ce contenu a permis de prolonger l'expérience au-delà de l'événement lui-même.

Dans une logique de valorisation globale, une newsletter dédiée à Luxembourg Art Week a été diffusée le jour de l'ouverture, le 21 novembre 2025, tandis qu'une campagne de communication ciblée sur les réseaux sociaux a accompagné l'ensemble du dispositif, renforçant la visibilité des contenus et de l'événement.

Ce partenariat a permis à Culture.lu de consolider sa présence auprès des publics intéressés par l'art contemporain, tout en affirmant son rôle de plateforme éditoriale engagée dans la valorisation des initiatives culturelles du pays.



Art Walk



Luxembourg Art Week

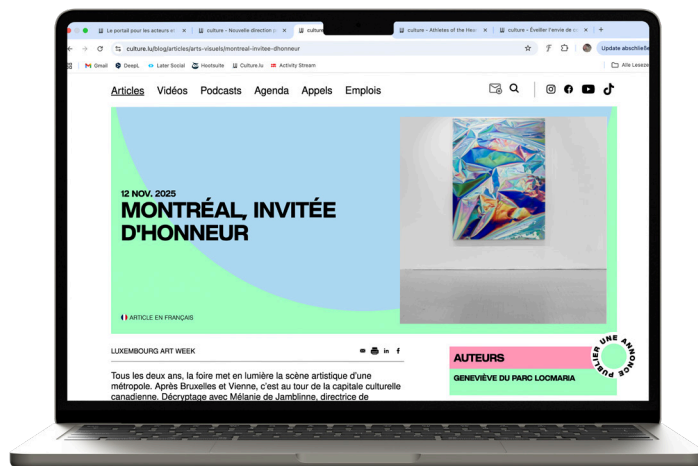
Articles dédiés à Luxembourg Art Week

Nombre d'articles publiés :

5

Nombre total de consultations :

3 323



Exemple : Article publié le 12 novembre 2025

Newsletter dédiée à Luxembourg Art Week

Nombre de destinataires :

1 598

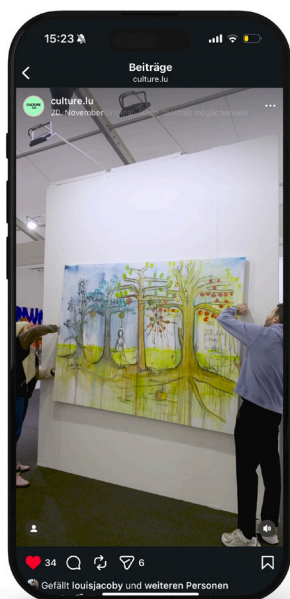
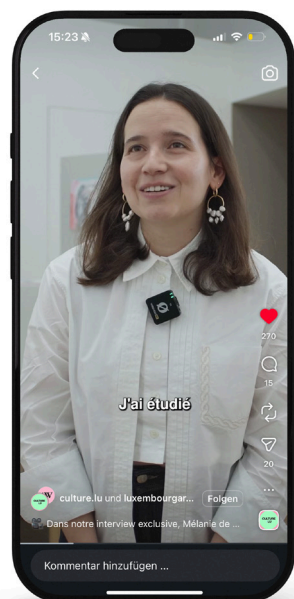
Taux d'ouverture :

51,52 %

Nombre de clics :

623

Vidéos diffusées sur les réseaux sociaux



Nombre total de vues :

124 331

Nombre total de comptes touchés :

37 115

Nombre total d'interactions :

1 068

Publications sur les réseaux sociaux

Nombre total de vues :

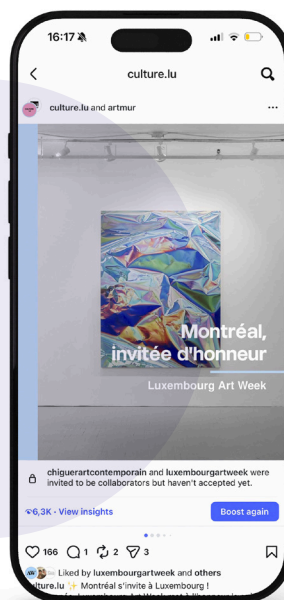
27 191

Nombre total de comptes touchés :

8 931

Nombre total d'interactions :

545



Casting Lux

Un rapprochement a été initié avec la plateforme casting.lu, dont la mission est d'améliorer la qualité des castings dans l'industrie du divertissement, tout en facilitant la mise en relation entre le grand public, les talents émergents et les professionnels confirmés avec les secteurs du cinéma, de la télévision, de l'événementiel et de la création au Luxembourg.

Dans la continuité de la publication d'appels à projets et d'offres d'emploi sur Culture.lu, ce partenariat s'inscrit dans une volonté d'élargir l'offre d'informations à destination des professionnels et des personnes souhaitant s'insérer dans les industries créatives.

Il répond à un besoin identifié : proposer une vision plus complète des opportunités existantes, en intégrant également les castings comme levier d'accès aux projets artistiques et audiovisuels.

La collaboration a été initiée sous la forme d'un partenariat mutuellement bénéfique, reposant sur un principe de visibilité croisée. Au-delà de cette première phase, l'objectif est d'inscrire cette relation dans la durée et de tendre vers une collaboration plus intégrée entre les deux plateformes.

À terme, ce rapprochement vise à renforcer les synergies éditoriales et opérationnelles, afin de proposer une offre plus cohérente, plus structurée et plus complète au service de l'écosystème culturel luxembourgeois.



Offres d'emploi et appels à projets

Culture.lu a renforcé sa mission de service public au bénéfice du secteur culturel en poursuivant son rôle de plateforme de diffusion des opportunités professionnelles dans le secteur culturel et artistique.

À ce titre, **184** offres d'emploi ont été diffusées au cours de l'année, contribuant à faciliter l'accès à l'emploi et à soutenir la mobilité professionnelle des acteurs de la scène locale.

Ces offres ont généré un total de **108 499** consultations, ce qui témoigne de l'intérêt soutenu du public pour ce type de contenu et du positionnement de Culture.lu comme point d'accès privilégié à l'information liée à l'emploi culturel.

Parallèlement, la plateforme a renforcé son engagement en faveur de la création artistique en relayant **112** appels à projets. Ces dispositifs, essentiels au financement et au développement des initiatives culturelles, ont permis de soutenir concrètement les artistes et porteurs de projets dans leurs démarches.

Les appels à projets ont enregistré **31 330** consultations sur l'année, ce qui confirme leur importance dans l'écosystème culturel. Par cette double action, diffusion d'offres d'emploi et d'opportunités de financement, Culture.lu contribue à dynamiser le secteur, à encourager l'émergence de nouveaux projets et à renforcer les passerelles entre les différents acteurs de la culture au Luxembourg.

	2023	2024	2025
Nombre d'offres d'emploi publiées sur Culture.lu	227	174	184
Nombre d'appels à projets publiés sur Culture.lu	80	87	112

Renforcement de l'équipe

Dans la continuité du développement des contenus et de l'évolution des usages numériques, Culture.lu a renforcé en 2025 ses capacités créatives en intégrant deux profils spécialisés en graphisme et création de contenus. Ce choix répond à un enjeu stratégique : adapter les formats et les codes de communication aux attentes actuelles des publics, de plus en plus sensibles à des contenus visuels, dynamiques et engageants.

L'objectif n'est plus uniquement de produire de l'information, mais de la rendre visible, attractive et facilement consommable sur les canaux digitaux, en particulier les réseaux sociaux. Dans ce contexte, la création de contenus visuels de qualité devient un levier essentiel pour capter l'attention, susciter l'intérêt et générer de l'interaction.

Au-delà de l'aspect esthétique, ce renforcement des compétences internes permet également

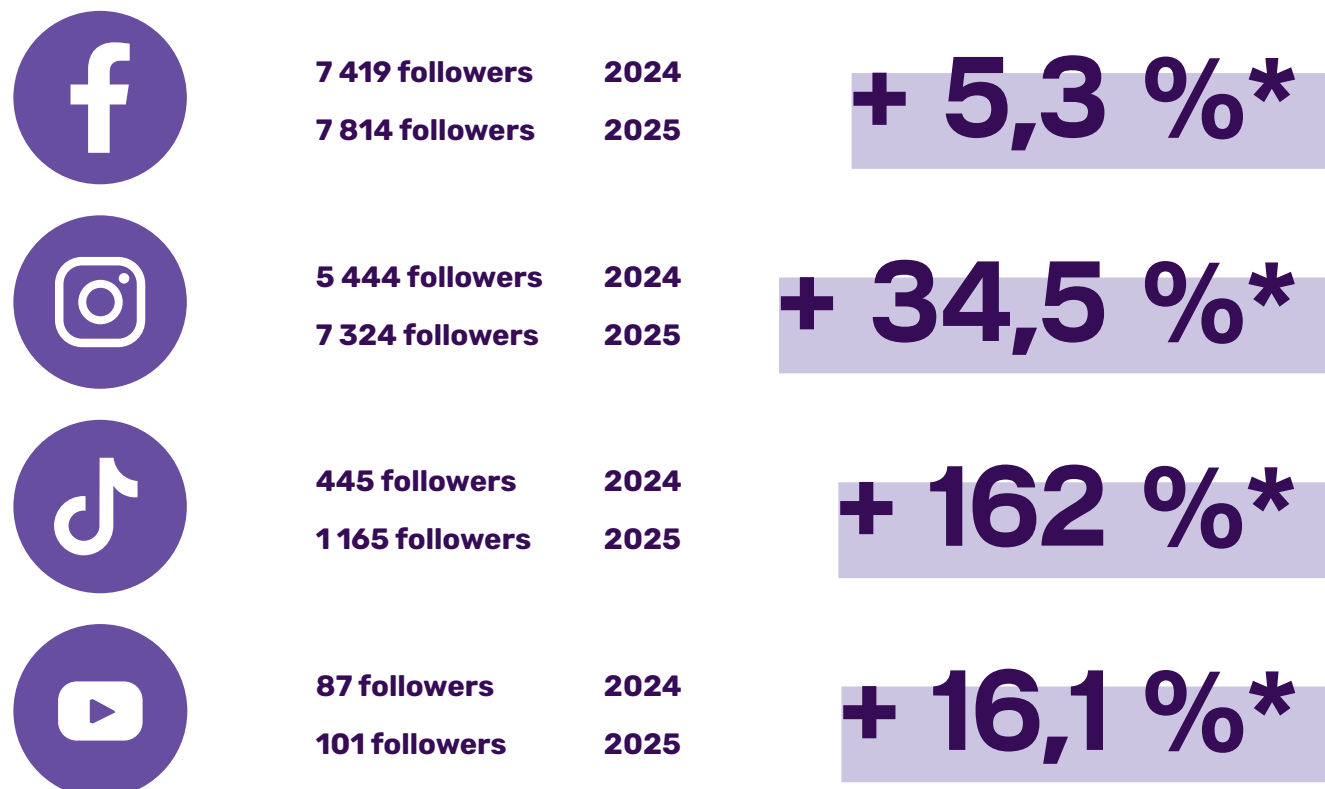
d'accroître la réactivité et la capacité de production, en accompagnant de manière plus efficace la diffusion des contenus éditoriaux et en développant des formats adaptés aux nouveaux modes de consommation de l'information culturelle.



Studio du GIE

Les chiffres clés sur la fréquentation des supports digitaux

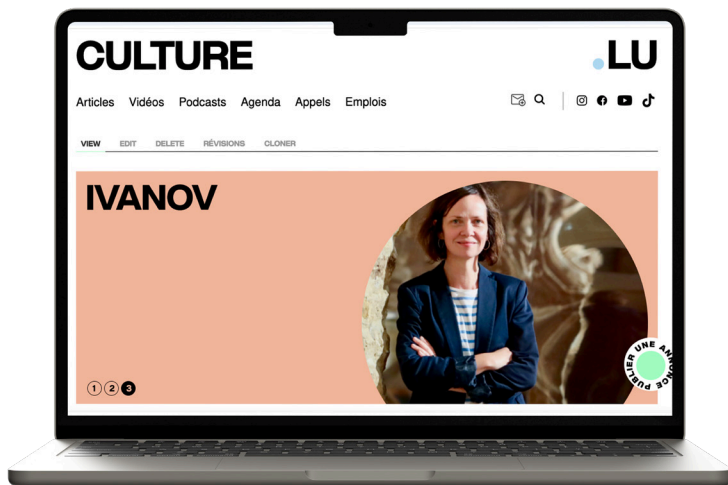
Followers sur les réseaux sociaux



*Évolution par rapport à 2024

Nombre total de followers cumulés en 2025 : **16 404 followers**

Fréquentation du site internet www.Culture.lu



494 447

Pages parcourues

+ 32,64 %*

298 989

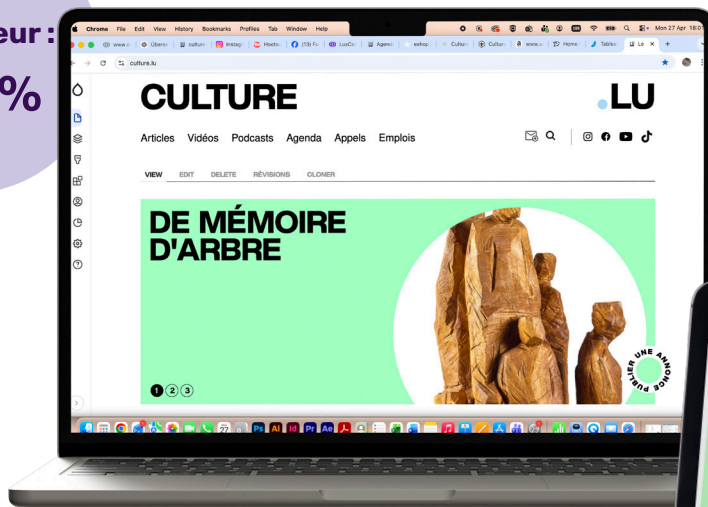
Visiteurs uniques

+ 44,9 %*

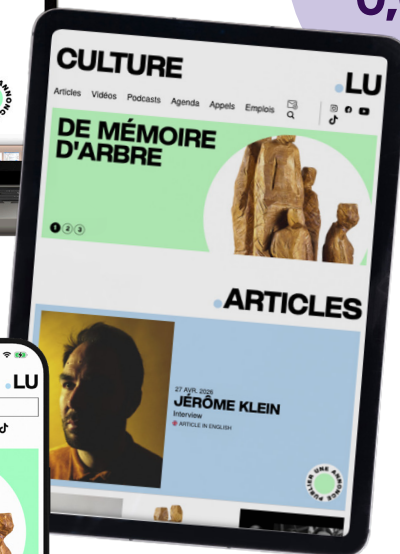
*Par rapport à 2024

Les technologies utilisées pour accéder au portail en ligne

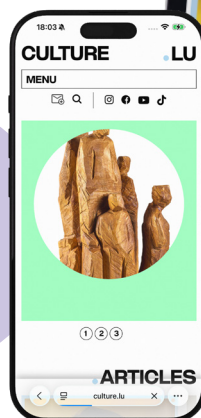
Ordinateur :
61,5 %



Tablette :
0,6 %



Téléphone
mobile :
37,9 %



Produits dérivés réalisés en 2025



Flyers et badges



Bonnette de micro



Book bags



Stickers



Sweatshirt

ECHO,
une plateforme
événementielle tout-en-un



ECHO s'impose comme la plateforme événementielle de référence au Luxembourg, en proposant l'agenda le plus complet et le plus consulté. Sans publicité, elle offre un environnement neutre et qualitatif, entièrement dédié à la mise en valeur des événements culturels, des idées de sorties et, plus largement, de toutes les manifestations ouvertes au public.

Accessible gratuitement via www.echo.lu, la plateforme repose sur un modèle collaboratif dans lequel les organisateurs publient eux-mêmes leurs contenus événementiels. Cette approche garantit une information à la fois riche, fiable et continuellement actualisée, tout en assurant une publication maîtrisée des événements.

ECHO se positionne ainsi comme un point de convergence central, facilitant la rencontre entre l'offre des professionnels du secteur de l'événementiel et les différents publics cibles.

Pensée dans une logique orientée utilisateur,

la plateforme propose un parcours fluide et intégré, allant de la découverte jusqu'à l'acte d'achat. Les internautes peuvent explorer l'offre, interagir avec les organisateurs et accéder directement à la billetterie, réduisant les points de friction et favorisant la conversion.

Chaque événement bénéficie d'une fiche complète et optimisée, intégrant l'ensemble des informations clés (description, lieu, horaires, tarification) ainsi qu'un accès direct à l'achat de billets. Des données actualisées en temps réel, telles que l'évolution des ventes, les reports ou les annulations, viennent renforcer la transparence de la plateforme et la confiance des utilisateurs.

Dans cette continuité, ECHO s'affirme comme un levier stratégique au cœur de l'écosystème événementiel luxembourgeois, en renforçant la visibilité des organisateurs, en facilitant la diffusion de l'offre et en optimisant la transformation des intentions en actes de participation.

Plus-value au service de l'écosystème événementiel

L'arborescence du site a été pensée autour de trois axes complémentaires, répondant à des objectifs distincts : informer, promouvoir et relayer. Cette structuration permet de proposer une expérience cohérente et adaptée aux différents publics cibles, tout en optimisant la diffusion des contenus.

ECHO agit ainsi simultanément comme une source d'information exhaustive pour les utilisateurs,

un canal de communication performant pour les organisateurs et un outil de diffusion en temps réel pour les médias et prescripteurs (magazines, forums, plateformes partenaires). Cette approche renforce son rôle de plateforme centrale au sein de l'écosystème événementiel luxembourgeois.

myECHO : des suggestions sur mesure

En 2025, ECHO a poursuivi l'amélioration de l'expérience utilisateur, notamment à travers le développement et la valorisation de myECHO, sa fonctionnalité de personnalisation dédiée aux utilisateurs inscrits. Un effort particulier a été consacré à la communication autour de cet espace afin d'en favoriser l'adoption et d'en renforcer l'usage.

myECHO permet aux utilisateurs d'adapter leur navigation en fonction de leurs centres d'intérêt,

de créer un agenda événementiel personnalisé et de recevoir régulièrement des suggestions de sorties ciblées via des notifications hebdomadaires.

Plus fluide et plus ergonomique que lors de son lancement en 2023, myECHO s'inscrit désormais pleinement dans une stratégie de fidélisation. Soutenu par des actions en communication, il contribue à renforcer l'engagement des utilisateurs et à instaurer une relation durable avec la plateforme.

En **2023** myECHO comptait

55
utilisateurs.

En **2024** myECHO comptait

302
utilisateurs.

En **2025** myECHO comptait

716
utilisateurs.

Publication et promotion des événements

Soucieuse d'offrir au public une information à la fois fiable, claire et qualitative, la plateforme ECHO accompagne de manière personnalisée les organisateurs dans la mise en ligne de leurs contenus.

Cet accompagnement permet de valoriser au mieux chaque événement, d'en affiner la présentation et d'en optimiser la lisibilité.

En 2025, la plateforme a référencé **691 organisateurs actifs** contre 382 en 2024, confirmant son rôle de point de convergence pour l'ensemble des acteurs du secteur de l'événementiel au Luxembourg.

Au total, **7 568 événements ont été publiés sur echo.lu au cours de l'année 2025**, contre 6 695 événements publiés au cours de l'année 2024 couvrant un large éventail de catégories et répondant à la diversité des attentes du public.

La plateforme s'inscrit également dans une logique d'ouverture et d'accessibilité : organisateurs d'événements, promoteurs, porteurs de projets, gestionnaires de salles, administrations communales et institutions, qu'elles soient publiques ou privées, sont invités à publier gratuitement leurs manifestations. Cette approche favorise une diffusion large et équitable de l'information, tout en contribuant à renforcer la visibilité globale de l'offre événementielle au Luxembourg.

Cette dynamique se traduit par une grande diversité de contenus, allant des concerts et spectacles aux expositions, en passant par des expériences en plein air, des activités familiales ou encore des initiatives à caractère scientifique et pédagogique.

Elle illustre la richesse du paysage événementiel, tout en reflétant la volonté d'ECHO de proposer une offre inclusive, pertinente et capable de capter l'intérêt de publics variés.

Pourcentage d'événements publiés par catégorie

Catégorie	Pourcentage du nombre total
Concerts	16,34 %
Cinéma	12,05 %
Nature	9,08 %
Cours / Formations	6,65 %
Expositions	5,94 %
Conférences	5,10 %
Arts de la scène	4,92 %
Vie nocturne	4,70 %
Arts & design	4,66 %
Gastronomie	2,17 %
Santé	2,11 %
Sport	1,96 %
Marchés	1,92 %
Science	1,05 %
Autres	21,36 %

Extension de la visibilité des événements

Les médias, éditeurs d'agendas, forums, blogs et autres portails communautaires ont la possibilité de se connecter à la base de données d'echo.lu, qui centralise l'ensemble des informations relatives aux événements publiés sur la plateforme.

Dans une logique d'amplification de la visibilité, echo.lu a développé des solutions techniques permettant à ces acteurs de se synchroniser facilement avec cette base de données dynamique.

En fonction de leur ligne éditoriale et de leurs publics cibles, ils peuvent ainsi, à partir de la base de données ECHO, sélectionner, extraire et relayer

les événements les plus pertinents sur leurs propres supports, qu'ils soient digitaux ou imprimés.

Cette approche garantit une diffusion ciblée et contextualisée des contenus, en adéquation avec les attentes de chaque audience, tout en créant un effet de levier significatif grâce à la multiplication des points de diffusion au-delà de la plateforme elle-même.

Elle contribue à une circulation fluide de l'information, à une meilleure exposition des manifestations et à un renforcement global de leur visibilité.

Synchronisations via API

Afin de faciliter ces échanges, une API publique (<https://api.echo.lu/#echo-api>) est mise à disposition, accompagnée d'une documentation technique régulièrement actualisée. Elle permet une synchronisation simple et en temps réel des contenus événementiels. Les partenaires connectés peuvent ainsi extraire ou intégrer des données événementielles selon leurs besoins.

En 2025, 64 acteurs événementiels actifs étaient synchronisés via cette API avec la base de données ECHO, illustrant l'adoption croissante de cet outil et son rôle structurant dans la diffusion de l'information événementielle au Luxembourg.

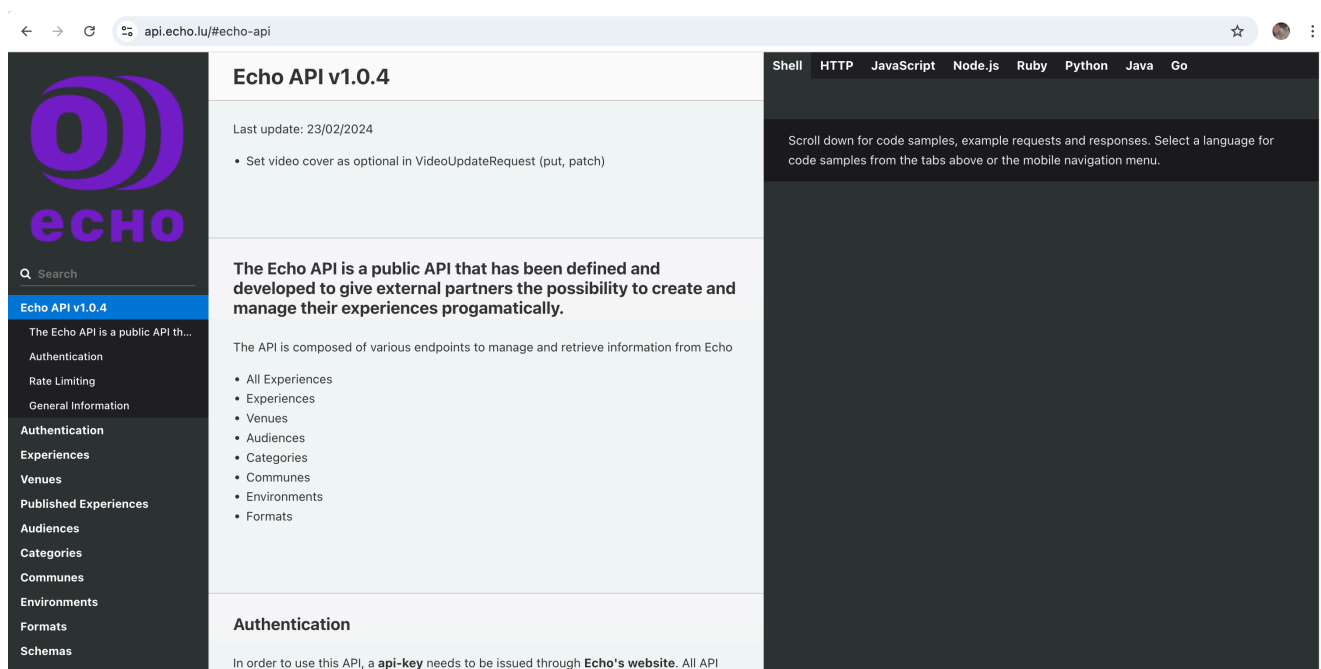
Nombre d'institutions qui importent des événements de la base de données ECHO vers leur site via API

53

Nombre d'institutions qui créent des événements sur ECHO via API

28

(17 institutions utilisent l'API à la fois pour importer et exporter des événements de et vers la base de données ECHO)



Liste des partenaires synchronisés en 2025

Aalt Stadhaus Differdange	Kideaz / MyAgency Sarl	Office Régional du Tourisme Centre / Ouest
Administration communale de Bissen	Kulturfabrik	Office Régional du Tourisme Région Mullerthal - Petite Suisse Luxembourgeoise; Visit Echternach - Echternach Tourist Office
Administration communale de Junglinster	Kulturhaus Niederanven	Office Régional du Tourisme - Région Moselle Luxembourgeoise
Administration Communale de la Ville de Vianden	Kulturhuef Grevenmacher	Philharmonie Luxembourg
Administration communale de Weiswampach	Les 2 Musées de la Ville de Luxembourg	Prabbeli Wiltz
Armée Luxembourgeoise	Les Théâtres de la Ville de Luxembourg / Grand Théâtre & Théâtre des Capucins	Rotondes
CAPE - Centre des Arts Pluriels Ettelbruck	LUGA	SIT Aerenzdallgemeng a.s.b.l.
Casino Luxembourg - Forum d'art contemporain	lux-Airport	Société d'Embellissement et de Tourisme de la Ville d'Echternach
Cercle Cité	Luxembourg City Film Festival	Studio Moloko
CFL/LCTO	Luxembourg City Tourist Office	Syndicat d'Initiative et de Tourisme Berdorf
Cinémathèque de la Ville de Luxembourg	luxembourgticket.lu	Syndicat d'Initiative et de Tourisme Consdorf
Commune de Mertert	Luxemburger Wort	Syndicat d'Initiative et du Tourisme de Beaufort
Conservatoire de la Ville de Luxembourg	Minett Park - Park Industriel	Trifolion Echternach
DanceXperience asbl	Ministère de l'Environnement, du Climat et de la Biodiversité	Villa Vauban - Musée d'Art de la Ville de Luxembourg
Eldo Radio	Mondorf-les-Bains	Ville de Luxembourg
Fédération luxembourgeoise d'athlétisme (FLA)	Mudam Luxembourg - Musée d'Art Moderne Grand-Duc Jean	Ville d'Esch
Fonds National de la Recherche	Musée national d'histoire et d'art - Nationalmusée	Visit Luxembourg
Hôtel du Commerce - Clervaux	Naturpark Mellerdall	Visit Wiltz
INECC Luxembourg	Neimënster	
Kanton Réiden	Nordstad	

Synchronisations Widget

À l'instar des modules météo intégrés sur les sites d'information, ECHO propose une solution alternative à l'API sous la forme d'un widget.

Disponible gratuitement sous la forme d'un iframe, ce module permet aux partenaires d'afficher directement des contenus événementiels issus de la plateforme sur leur propre site.

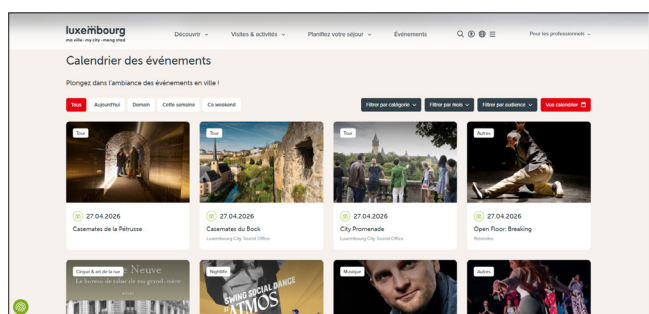
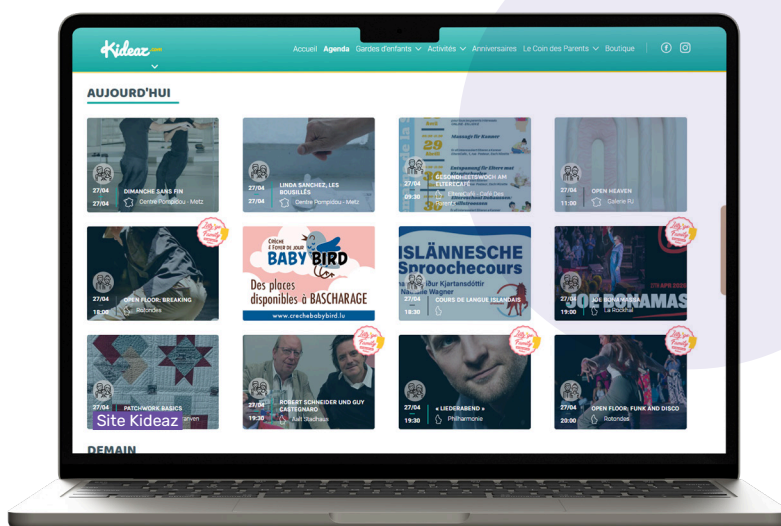
Conçu spécifiquement pour l'exportation de données depuis ECHO, le widget peut être configuré en amont selon des critères définis (thématiques, catégories, localisation), afin de proposer un contenu adapté aux centres d'intérêt des utilisateurs du site hôte.

Cette solution offre une intégration rapide et flexible, tout en garantissant une mise à jour automatique des informations diffusées.

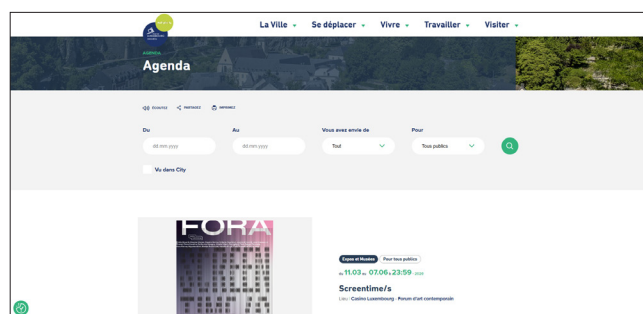
En 2025, 46 acteurs événementiels actifs utilisaient le widget ECHO, confirmant son intérêt comme outil complémentaire de diffusion.

Exemples d'intégration :

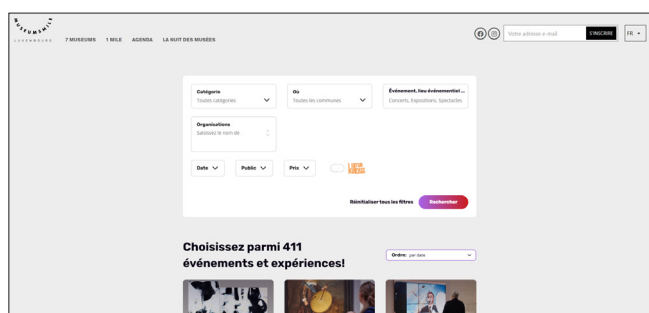
- visitmaacher.lu
- luxembourg-city.com
- kideaz.com
- reisdorf.lu
- nordstad.lu
- museumsmile.lu
- echternach.lu
- grevenmacher.lu
- visitmoselle.lu
- vdl.lu



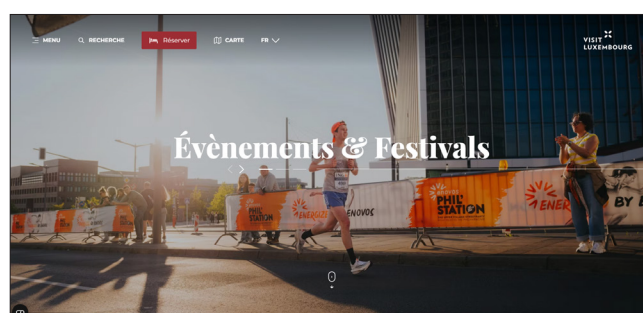
Site web du LCTO



Site web de la Ville de Luxembourg



Site web de Museumsmile



Site web de Visit Luxembourg

Une communication renforcée

Campagne SEA sur Google

Dans le cadre de sa stratégie d'acquisition digitale, ECHO a recours à des campagnes SEA (Search Engine Advertising) sur Google, reposant principalement sur l'achat de mots-clés liés à l'univers de l'événementiel.

Concrètement, cette approche consiste à positionner la plateforme dans les premiers résultats sponsorisés du moteur de recherche lorsque les internautes effectuent des requêtes en lien avec des sorties ou des événements au Luxembourg. Les mots-clés utilisés couvrent un large spectre, allant de recherches génériques (« événements Luxembourg », « idées de sortie », « que faire ce week-end ») à des requêtes plus ciblées liées à des typologies spécifiques (« concerts Luxembourg », « expositions », « théâtre », « activités enfants »).

L'objectif est double : capter une audience qualifiée en phase active de recherche et rediriger ce trafic vers echo.lu, afin de favoriser la découverte d'événements et d'augmenter le taux de conversion vers la billetterie.

En se positionnant au moment précis où l'utilisateur exprime une intention, ECHO maximise la pertinence de son exposition et renforce son rôle de point d'entrée central pour l'information événementielle.

Ces campagnes permettent également d'optimiser la visibilité de la plateforme face à la concurrence d'autres acteurs digitaux, tout en assurant une présence continue sur des requêtes stratégiques.

L'analyse des performances (taux de clics, coût par acquisition, mots-clés les plus efficaces) permet d'ajuster en permanence les campagnes et d'affiner la stratégie d'acquisition en fonction des comportements de recherche des utilisateurs.

Dans le cas d'ECHO, le SEA constitue ainsi un levier essentiel pour accroître la notoriété de la plateforme, générer du trafic qualifié et soutenir la mise en avant des événements référencés.

Résultats de la campagne SEA en 2025

Mois	Impressions
Janvier 2025	28 325
Février 2025	29 549
Mars 2025	31 665
Avril 2025	28 487
Mai 2025	28 477
Juin 2025	32 770
Juillet 2025	29 890
Août 2025	23 223
Septembre 2025	22 560
Octobre 2025	22 062
Novembre 2025	21 667
Décembre 2025	24 004

Nombre total d'impressions en 2025 :

332 679

Nombre total de clics en 2025 :

64 335

Structuration de la newsletter ECHO

Parmi les initiatives menées en 2025 figure la structuration de la newsletter ECHO, sous une nouvelle charte graphique. Diffusée à un rythme bimensuel, elle est entièrement consacrée à l'actualité événementielle.

Conçue comme un véritable outil de curation, la newsletter propose une sélection des événements incontournables, met en lumière un lieu culturel référencé sur la plateforme et offre un focus sur un événement phare publié sur echo.lu.

Elle s'inscrit ainsi comme un rendez-vous éditorial régulier, pensé pour accompagner les utilisateurs dans la planification de leurs sorties.

Grâce à un ton accessible et à une sélection qualitative et ciblée, la newsletter a rapidement trouvé son public et s'est imposée comme un canal de communication pertinent.

En 2025, **15 newsletters** ont été diffusées auprès d'une base de **55 110 abonnés**. Les performances enregistrées témoignent de l'intérêt suscité, avec un **taux d'ouverture moyen de 37,52 %** et un **taux de clics après ouverture (click-to-open rate) de 5,63 %**.



Exemple : Newsletter diffusée le 28 novembre 2025

Nouveaux formats de contenus engageants sur les réseaux sociaux

En 2025, ECHO a renforcé sa présence sur les réseaux sociaux en développant de nouveaux formats de contenus, pensés pour maximiser la visibilité et l'engagement.

Partant du constat que les formats courts, notamment les reels sur Instagram ou TikTok, génèrent davantage d'interactions, un teaser mensuel intitulé « This Month's Highlights » a été lancé en cours d'année. Publié au début de chaque mois, ce format met en avant une sélection d'événements et s'est rapidement imposé comme un levier efficace d'acquisition, avec une croissance moyenne d'environ **100** nouveaux abonnés par mois.

Parallèlement, ECHO a initié le format « SPOTLIGHT », dédié à la mise en valeur des lieux culturels référencés sur la plateforme. Décliné sous forme de mini-documentaires diffusés sur les réseaux sociaux et relayés dans la newsletter, ce contenu permet de raconter l'histoire des lieux et de créer un lien plus direct avec le public.

Ces nouveaux formats s'inscrivent dans une stratégie de communication visant à diversifier les contenus, à humaniser la marque et à renforcer durablement l'engagement des audiences.

Collaborations et partenariats

Dans le cadre de sa stratégie de développement, ECHO a intensifié en 2025 ses collaborations avec des acteurs externes, dans le but d'élargir son audience, de renforcer sa visibilité et de diversifier ses points de contact avec le public.

Ces partenariats s'inscrivent dans une logique d'ouverture, permettant à la plateforme de s'appuyer sur des communautés existantes, des relais d'influence et des expertises complémentaires.

Une première collaboration a été mise en place en mai avec le compte « **Les Gars du Lux** », reconnu pour ses contenus humoristiques sur les réseaux sociaux. À travers une vidéo au ton léger et accessible, la plateforme ECHO a été présentée de manière ludique, permettant de capter l'attention d'un public élargi. Cette initiative a généré une forte visibilité et un excellent taux d'engagement, contribuant à faire connaître ECHO au-delà de sa base d'utilisateurs habituelle.

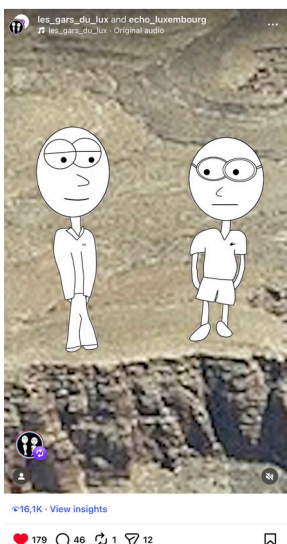
Dans une logique de partenariat institutionnel, une collaboration à plus long terme a été initiée en septembre avec le **Luxembourg City Tourist Office (LCTO)**. Celle-ci se traduit par la publication hebdomadaire d'une sélection d'événements pour le week-end, élaborée conjointement.

Ce format régulier a permis de générer de nouvelles interactions et d'élargir l'audience, notamment auprès des publics internationaux, tels que les expatriés et les touristes.

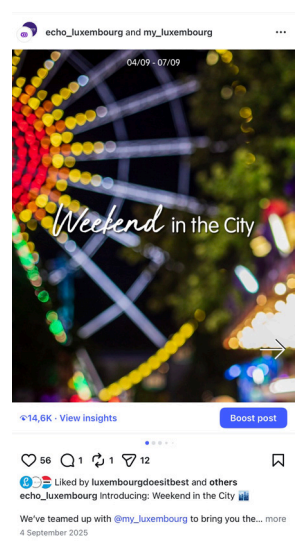
Enfin, afin de renforcer la notoriété de la marque et de toucher un public plus jeune, une collaboration récurrente a été lancée en décembre avec une influenceuse luxembourgeoise, **Marie Marguerite**. À travers des vidéos mensuelles présentant une sélection d'événements, ce partenariat permet d'humaniser la plateforme et de s'inscrire davantage dans les codes des réseaux sociaux actuels. Les contenus produits ont généré des résultats positifs en termes d'engagement et de visibilité.

Dans cette même dynamique, des actions ponctuelles, telles que l'organisation de concours en collaboration avec des partenaires comme le **food market G.A.N.G.**, ont permis de croiser les audiences et de renforcer la croissance organique d'ECHO.

Dans leur ensemble, ces collaborations illustrent la volonté d'ECHO de s'inscrire dans un écosystème ouvert et collaboratif, en s'appuyant sur des relais externes pour amplifier sa portée et renforcer son ancrage auprès de publics variés.



Collaboration avec « Les Gars du Lux »



Collaboration avec LCTO



Collaboration avec Marie Marguerite



Participation au festival On Stéitsch

Le 20 septembre 2025, ECHO a pris part au festival On Stéitsch, événement culturel majeur organisé par le Service National de la Jeunesse, réunissant un large public de jeunes artistes et amateurs de culture. Cette présence s'inscrivait dans une volonté affirmée de renforcer la visibilité de la plateforme auprès d'un public jeune, généralement moins atteint par les canaux de communication institutionnels.

À cette occasion, une gamme de supports de merchandising aux couleurs d'ECHO a été spécialement conçue, contribuant à assurer une présence visuelle forte sur le stand. Flyers, stickers, tote bags et sweatshirts ont ainsi servi de relais de communication attractifs et adaptés aux usages du public présent.

Dans une logique d'engagement, un jeu-concours a été organisé tout au long de la journée, favorisant les interactions avec les visiteurs et permettant de faire découvrir l'offre événementielle proposée sur echo.lu. Cette animation a créé un espace d'échange convivial tout en renforçant la notoriété de la plateforme auprès d'une audience jeune et connectée.

Par ailleurs, l'équipe a profité de l'événement pour produire des contenus vidéo mettant en avant des performances spontanées d'artistes présents sur place. Diffusées sur les réseaux sociaux, ces

séquences ont permis de capter l'énergie du festival, de valoriser les talents locaux et de proposer des contenus authentiques en phase avec les codes des plateformes digitales.

Cette première participation à On Stéitsch illustre la volonté d'ECHO d'aller à la rencontre de ses publics sur le terrain, en diversifiant ses modes d'interaction et en renforçant son ancrage au sein des communautés culturelles luxembourgeoises.



Festival On Stéitsch

Renforcement de l'équipe

En juillet 2025, l'équipe du GIE s'est enrichie de l'arrivée d'un vidéographe expérimenté, ouvrant de nouvelles perspectives en matière de production de contenus audiovisuels.

Au-delà de la création de formats courts destinés aux réseaux sociaux, cette expertise a permis d'engager des projets de plus grande envergure, contribuant à la valorisation d'événements majeurs au Luxembourg.

Parmi ces réalisations figure la production de contenus pour Luxembourg Art Week, mettant en lumière la foire d'art contemporain à travers différents formats, dont des interviews, notamment avec sa directrice.

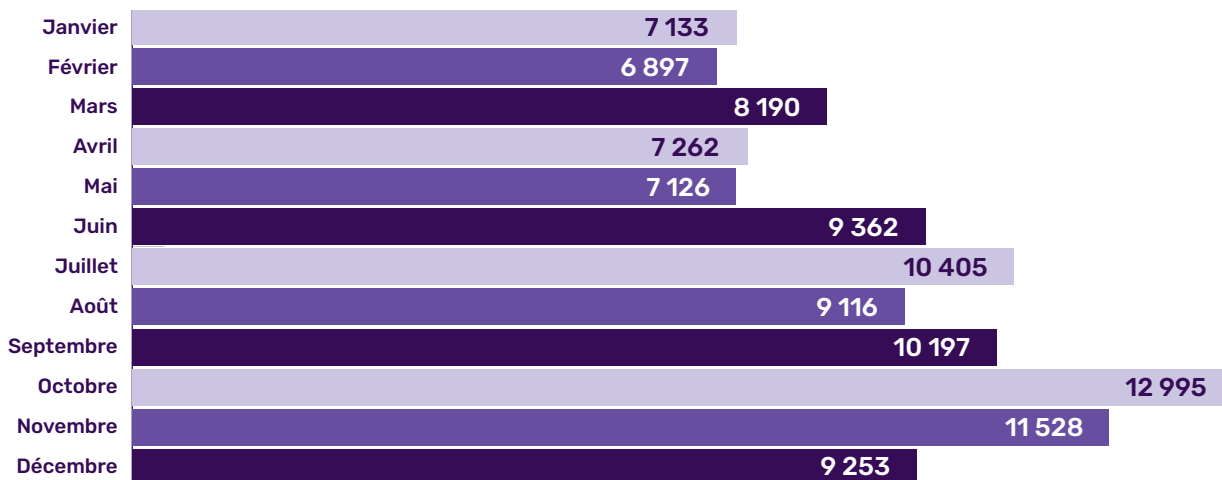
Un second projet d'envergure a consisté en la réalisation d'un documentaire consacré au Cirque du Lux. Ce travail a permis d'explorer en profondeur les coulisses de l'événement, à travers une interview de sa directrice, ainsi qu'un regard sur son parcours, les performances artistiques et les enjeux organisationnels et logistiques liés à la production d'un spectacle de cette ampleur.

Ce développement de compétences internes a ainsi permis à ECHO de diversifier ses formats de contenus et de renforcer sa capacité à produire des supports à forte valeur ajoutée.

Chiffres clés en 2025

Fréquentation du site internet

(approximativement la moitié des visiteurs d'écho.lu ne souhaitent pas être traqués suivant la politique des cookies)



Pages consultées :

707 390

Visiteurs uniques :

106 934

Réseaux sociaux



5 400 followers 2023
5 492 followers 2024
5 587 followers 2025

+ 1,7 %*



3 600 followers 2023
4 582 followers 2024
6 409 followers 2025

+ 39,9 %*



256 followers 2024
506 followers 2025

+ 97,7 %*

*Évolution par rapport à 2024

Nombre total de followers cumulés en 2025 : **12 502 followers**

Technologies utilisées pour accéder au portail www.echo.lu



Produits dérivés réalisés en 2025





**luxembourgticket,
une billetterie multicanale
au service d'un réseau
de partenaires**

Un écosystème hybride

En tant que billetterie centralisée, Luxembourgticket a pour vocation d'accompagner les organisateurs d'événements, qu'ils relèvent du secteur public ou privé, dans l'optimisation de la fréquentation de leurs manifestations. La billetterie s'inscrit ainsi dans une démarche collaborative, visant à multiplier les points de contact avec des publics cibles diversifiés et à accroître l'efficacité des réseaux de vente sollicités.

Ainsi, Luxembourgticket s'appuie sur un réseau de guichets de vente – fixes, mobiles, en ligne ou itinérants – qui constituent autant de points de rencontre avec le grand public.

Afin de maximiser l'accessibilité des billets et de répondre aux différents comportements d'achat venant de différentes générations de consommateurs, Luxembourgticket repose sur une stratégie de distribution multicanale, combinant outils numériques et présence physique sur le terrain.

Vente en ligne

Le principal canal de vente est le site internet www.luxembourgticket.lu, qui permet l'achat de billets en ligne via différents moyens de paiement. Accessible en continu, ce canal offre une grande flexibilité aux utilisateurs, qui peuvent consulter l'offre événementielle, sélectionner leurs places et finaliser leur achat de manière autonome. La vente en ligne constitue aujourd'hui un levier essentiel de visibilité pour les événements, tout en permettant une gestion optimisée des flux de vente et des données clients.

Centre d'appel

En complément de l'offre digitale, un centre d'appel dédié est accessible au public les jours ouvrables, de 9h à 17h. Il propose une assistance personnalisée aux clients souhaitant effectuer leurs achats de billets par téléphone ou obtenir des informations complémentaires. Ce canal de vente répond notamment aux besoins d'un public en quête d'accompagnement, contribuant ainsi à maintenir un service de proximité et à renforcer la relation client.

Vente en caisse du soir

Pour certains événements, Luxembourgticket assure la gestion des caisses du soir directement sur place. Ce dispositif permet au public d'acheter des billets le jour même de l'événement, sous réserve de disponibilité. Il constitue un complément important aux autres canaux de vente, en permettant de générer les achats de dernière minute et d'optimiser les recettes jusqu'à la clôture des ventes.

Points de vente physiques

Parallèlement, Luxembourgticket s'appuie sur un réseau de points de vente physiques implantés à des emplacements stratégiques sur l'ensemble du territoire national. Ces points de contact offrent un service de conseil personnalisé et jouent un rôle essentiel dans l'accessibilité de l'offre, notamment pour les publics moins familiarisés avec les outils numériques.

Liste des points de vente physiques :

- Cube 521 (Marnach)
- Centre des Arts Pluriels (CAPE Ettelbruck)
- Kulturhaus Niederaanven
- Aalt Stadhaus (Differdange)
- Trifolion (Echternach)
- Centre culturel Kinneksbond (Mamer)
- Artikuss (Soleuvre)
- Centre culturel Machera (Grevenmacher)
- Luxembourg City Tourist Office (Luxembourg-Ville)

Grande nouveauté :

Vente directe via le canal Facebook

En 2025, Luxembourgticket a franchi une étape dans la diversification de ses canaux de distribution en intégrant la vente de billets directement sur Facebook, à travers la fonctionnalité Facebook Events. Ce dispositif permet aux utilisateurs de découvrir des événements, de manifester leur intérêt et de finaliser leur achat sans quitter la plateforme, ce qui fluidifie considérablement le parcours d'achat.

Cette initiative s'inscrit dans une volonté plus large d'exploiter le potentiel des réseaux sociaux comme levier de visibilité et de conversion. En s'appuyant sur l'algorithme de Meta, qui valorise les interactions sociales et les recommandations entre utilisateurs, Luxembourgticket bénéficie d'un effet de diffusion organique particulièrement pertinent. Lorsqu'un utilisateur s'intéresse à un événement ou le partage, celui-ci gagne en visibilité auprès de son réseau d'amis, ce qui renforce mécaniquement son attractivité et son potentiel de vente.

Ce mécanisme de recommandation sociale agit comme un facteur de confiance et de persuasion, en influençant les comportements d'achat au sein de cercles relationnels. Il permet ainsi de toucher un public plus large, notamment des utilisateurs qui ne fréquentent pas nécessairement les canaux de vente traditionnels, tout en renforçant l'engagement autour des événements proposés.

Réseau de partenaires diversifié

Dans la logique de la maximisation des points de contact, le fonctionnement de luxembourgticket repose sur un principe de mutualisation : chaque point de vente affilié propose à la commercialisation l'ensemble des événements issus des institutions et organisateurs membres. Cette approche collective permet d'élargir considérablement la visibilité des manifestations et de faciliter leur accessibilité auprès de publics diversifiés.

L'utilité du réseau réside précisément dans cette mise en commun des canaux de distribution. En dépassant les logiques individuelles propres à chaque organisateur, il favorise une diffusion transversale de l'offre culturelle, touristique et événementielle au sens large. Ainsi, un spectateur fréquentant un point de vente pour un événement spécifique peut être exposé à une programmation plus large, contribuant à dynamiser la fréquentation globale de l'offre du réseau.

Ce modèle repose également sur l'engagement d'acteurs partenaires de longue date, qui participent activement au développement et à la stabilité du réseau. Leur implication permet de garantir une présence territoriale cohérente, ainsi qu'une continuité dans la qualité du service proposé au public.

En consolidant ces collaborations, luxembourgticket renforce son rôle de plateforme centralisée, capable de fédérer les acteurs des différents secteurs d'activité et d'optimiser la distribution des événements à l'échelle nationale.

Les partenaires membres affiliés à luxembourgticket en 2025

Ils se distinguent en quatre catégories :

1. Théâtre et arts de la scène

1	Théâtre National du Luxembourg (TNL)
2	Cube 521 (Marnach)
3	Centre des Arts Pluriels (CAPE - Ettelbruck)
4	Kulturhaus Niederanven
5	Mierscher Theater
6	Centre culturel Aalt Stadhaus (Differdange)
7	Trifolion (Echternach)
8	Centre culturel Kinneksbond (Mamer)
9	Artikuss (Soleuvre)
10	ARCA (Bertrange)
11	Centre culturel Machera (Grevenmacher)
12	Théâtre du Centaure

2. Musique et concerts

1	Solistes Européens (SEL)
2	Rockhal
3	Conservatoire de la Ville de Luxembourg
4	Kultopolis GmBH

3. Tourisme et cinéma

1	Cirque du Lux
2	Luxembourg City Tourist Office (LCTO)
3	Luxembourg Urban Garden (LUGA)

4. Sport et événements institutionnels

1	Fédération Luxembourgeoise de Football (F.L.F.)
2	Fédération Luxembourgeoise de Rugby (F.L.R.)

La billetterie luxembourgticket collabore également avec des organisateurs privés non liés contractuellement, qui font appel de manière ponctuelle à ses services.

Ces organisateurs utilisent la billetterie centralisée pour commercialiser une partie limitée de leur programmation, voire un événement unique,

afin de bénéficier d'un réseau de distribution complémentaire et d'élargir leur audience. Cette démarche leur permet de toucher un public différent, généralement plus sensible aux événements traditionnels ou à dominante culturelle.

Liste exhaustive des organisateurs ponctuels actifs en 2025

Ambitus Asbl	Commune de Steinsel	LUGA - Ville de Luxembourg
American Drama Group Europe	Commune de Strassen	LUGA ASBL
Association des commerçants et Artisans de Mondorf Asbl	Dance School Cathy Moes By Li Marteling	LuxDoc Asbl
Aurore Oetrange Société Gymnastique	École de Musique de l'UGDA	Lycée Aline Mayrisch
Bach Vereenegung Lëtzebuerg Asbl (BVL)	École régionale de musique de la ville d'Echternach	M. Micas Carvalho
Beim D	Fanfare municipale Luxembourg-Bonnevoie	Maîtrise Ste Cécile de la Cathédrale Notre-Dame
Boxing Club Differdange	FC UNA Strassen	Monart Asbl
Carlitos Comedy Club	Fédération luxembourgeoise du Rugby - FLR	Musique Militaire Grand-Ducal
Catch Music Asbl	Festival Events Asbl	Natty Entertainment (Cirque du Lux)
Caves Wengler SA	Fielser Musek Asbl	Popconcerts
Centre Curriel Asbl	FIMOD	Quatricina Asbl
Centre des Monuments du Grand-Duché	FOE Belgium	Réiser Pëppelskapp Asbl
Cercle d'Éducation Physique de Strassen	Foe Sarls	Rotary Bascharage - Kordall
Chambre de commerce Ivoiro-Luxembourgeoise	Fonds de Solidarité Viticole	Schëfflenger Theater
Chorale Municipale Grevenmacher Asbl	Frënn vum Open Air Housen (FOAH)	Science Pub Quiz (Université du Luxembourg)
Church of God Luxembourg Asbl	Frënn vun der Militärmusek Asbl	Sequenda Opera Studios
Ciné-club hellénique Asbl	Friends of Entertainment Sàrl	Service Hariko de la Croix-Rouge
Circolo Culturale Ricreativo	Harmonie Gemeng Mamer	Société Chorale Alzeng Asbl
Círculo Cultural Español Antonio Machado	Harmonie Municipale Echternach	Star Entertainment GmbH
Classic Stage Lda	Harmonie Municipale Hesperange	Syndicat d'initiative Stadbredimus
Club-ciné hellénique	Hindu Forum Luxembourg	Tango Argentino Luxembourg Asbl
Comité Alstad Asbl	ICOM Luxembourg Asbl	The Passport - Rruga. Shyqyri Brari
Comité des Fêtes Grevenmacher	IFBB Luxembourg Asbl	Theater Liberi
Commission des Affaires Culturelles	International School of Luxembourg	Trio Maia (Diana Subashi)
Communauté israélite d'Esch-sur-Alzette	Itinerantes Asbl	Vaasse Sàrl
Commune de Hesperange	Joaquim Rodrigues « Pulse Audio »	Valentiny Foundation
Commune de Kaerjeng	Kiwanis Club Mondorf-les-Bains	VdL - Service Intégration et besoins spécifiques
Commune de Kehlen	Kreismusikverband Bitburg-Prüm e.V.	VEDANZA ARTISTS INTERNATIONAL
Commune de Mersch	Kultur Stengefort ASBL	Vlaamse Club Luxembourg Asbl
Commune de Mertzig	Les Amis du Château de Bourglinster	Warker Jeekelen Asbl
Commune de Pétange	Lions Amitié	Whynot Events und Kommunikation UG
Commune de Sandweiler	LUGA - Nordstad	Zaltimbanq'Zirkus Asbl

Relation en 2025	Organisateurs - partenaires liés contractuellement	Organisateurs privés non liés contractuellement	Total
Nombre d'organisateur	21	117	138
Recettes générées en euros	4 960 000	845 500	5 805 500
Recettes générées en pourcentage	85,44 %	14,56 %	100 %

En 2025, luxembourgticket a collaboré avec **138 organisateurs** au total, dont **21 partenaires affiliés** et **117 organisateurs non affiliés**.

Les partenaires affiliés ont généré **85,44 % des recettes**, soit **4,96 millions d'euros**, contre **14,56 % pour les organisateurs non affiliés (845 500 euros)**, soit un total de **5,8 millions d'euros**.

Répartition du nombre de tickets vendus

Année	2022	2023	2024	2025
Nombre d'événements	1 980	1 990	1 830	1 965
Nombre de tickets vendus	226 825	282 349	266 631	251 814



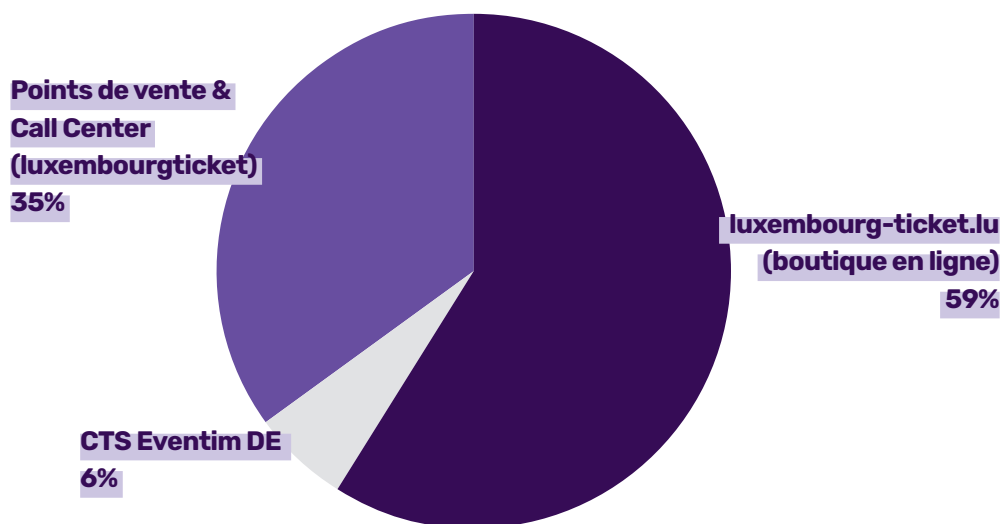
Répartition des ventes en pourcentage par canal de vente

Année	2022	2023	2024	2025
Vente en ligne	52 %	49 %	60 %	65 %
Points de vente & Call Center	48 %	51 %	40 %	35 %

Il convient de souligner que, malgré la progression continue des ventes en ligne, les points de vente physiques du réseau et le Call Center représentent encore environ **35 % des ventes totales en 2025**.

Ce constat met en évidence l'importance persistante du contact humain et du conseil personnalisé pour une part significative de la clientèle.

Répartition des billets vendus en 2025 en pourcentage par canal de vente



Call Center

Nombre total d'appels téléphoniques reçus en 2025 :

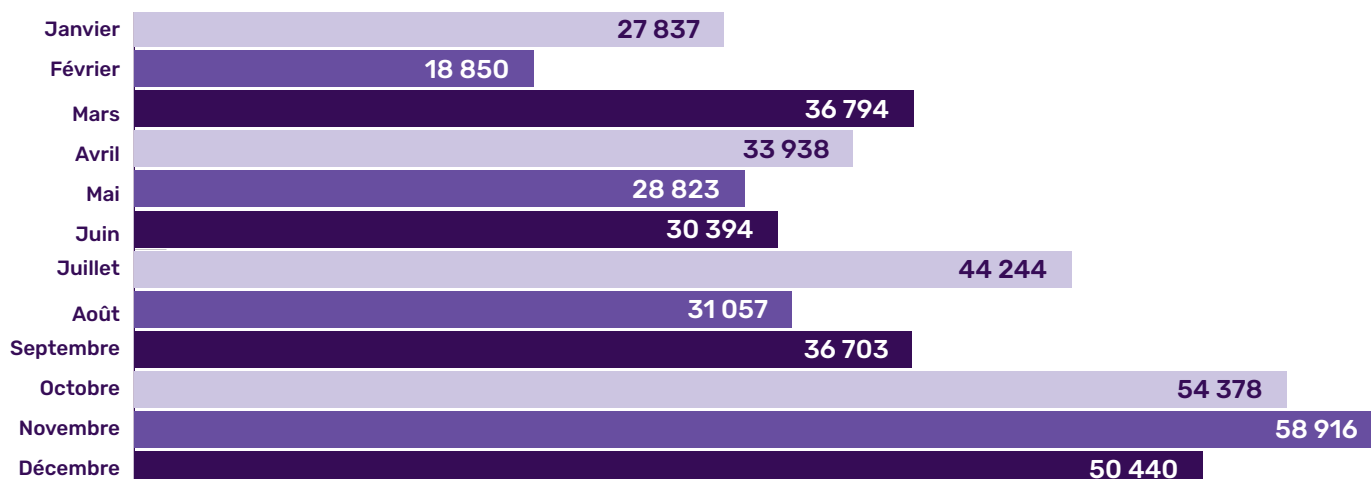
5 536

Durée totale (en minutes) des appels reçus en 2025 :

16 307

Chiffres clés sur la fréquentation du site internet

Total des visites uniques sur le site internet en 2025 : 452 374



Les innovations et développements stratégiques de 2025

L'année 2025 a été marquée par plusieurs initiatives stratégiques visant à renforcer la performance de la billetterie et à améliorer l'expérience utilisateur pour les acheteurs finaux.

Mise en place du logiciel Activity Stream pour tous les partenaires de luxembourgticket

Activity Stream est un outil de visualisation et d'exploitation de données dédié à l'analyse des ventes en ligne, des campagnes de marketing digital et du comportement d'achat des clients.

Il offre une interface ergonomique permettant une lecture globale et en temps réel des performances. Les organisateurs d'événements peuvent ainsi suivre les tendances de vente, mesurer l'efficacité des campagnes digitales et centraliser l'ensemble des données clients au sein d'un même environnement.

L'outil propose également une analyse détaillée des événements, avec une ventilation des ventes par catégories de prix et types de billets. Il permet d'identifier les campagnes à l'origine des ventes et d'accéder à des informations démographiques sur les acheteurs, offrant ainsi une compréhension fine des clients.

Activity Stream intègre par ailleurs un suivi en temps réel des indicateurs clés de performance, tels que les revenus générés, le prix moyen des billets ou encore l'impact des billets gratuits sur les ventes globales. Cette visibilité transversale permet d'évaluer précisément la performance de chaque événement.

Sur le plan marketing, la plateforme facilite la gestion des campagnes digitales grâce à la création de liens de tracking (UTM), garantissant un suivi cohérent sur l'ensemble des canaux de distribution digitaux et contribuant à l'optimisation des actions de communication.

Enfin, l'outil permet une analyse approfondie des profils d'acheteurs, avec l'identification de segments stratégiques de clientèle. Cette approche favorise une meilleure connaissance de sa clientèle et une gestion plus ciblée des relations commerciales.

En centralisant l'ensemble des données clés en un seul endroit, Activity Stream constitue un véritable outil d'aide à la décision, reposant sur des informations fiables, actualisées et directement exploitables.

Tous les partenaires de luxembourgticket ont reçu un accès gratuit et permanent au logiciel et peuvent depuis mai 2025 analyser les performances de leurs ventes en temps réel.

Création de tutoriels (guides d'utilisation) à destination des organisateurs d'événements

Dans le but d'accompagner efficacement ses partenaires dans la prise en main du système de billetterie Eventim.Inhouse et de renforcer leur autonomie dans la gestion des ventes, luxembourgticket a mis en place en 2025 une série de tutoriels détaillés, directement accessibles sur son site internet.

Proposés sous forme de vidéos pédagogiques, claires et structurées, ces contenus présentent les principales fonctionnalités du système et offrent aux équipes des partenaires les ressources nécessaires pour se former de manière autonome et résoudre rapidement les questions les plus fréquentes.

Lancement d'un appel à marché public pour le maintien ou le remplacement du système de billetterie Eventim.Inhouse

Dans le cadre de son orientation stratégique et dans une logique d'amélioration continue, luxembourgticket a engagé en mai 2025 une démarche structurée visant à challenger son système de billetterie en place depuis 2003.

Cette initiative répond à la fois aux évolutions du marché et aux retours exprimés par les partenaires historiques, tout en intégrant les besoins émergents liés à la diversification des secteurs représentés au sein du réseau de partenaires de la billetterie centralisée.

La première étape du projet a consisté à consolider l'ensemble des attentes fonctionnelles, en tenant compte des spécificités des différents types d'organisateur, qu'ils soient issus des domaines culturel, sportif, touristique ou du divertissement au sens large. Cette phase d'analyse a permis d'identifier des axes prioritaires d'amélioration, notamment en matière de gestion des événements, de visibilité des offres et de suivi des performances de vente.

Parallèlement, une réflexion a été menée sur l'extension du réseau de distribution, avec pour objectif de renforcer la présence des événements sur des plateformes tierces et d'élargir leur visibilité au-delà du territoire national.

Le projet intègre également une dimension d'adaptabilité, afin de proposer des solutions différenciées en fonction du niveau d'autonomie des partenaires. Il s'agit ainsi de concilier une offre de services complète pour les structures nécessitant un accompagnement global, avec des solutions plus modulaires pour les organisateurs souhaitant conserver une certaine indépendance tout en bénéficiant de la puissance du réseau de partenaires.

Dans le but de centraliser les doléances représentatives de l'ensemble des partenaires au sein d'un cahier des charges cohérent, des entretiens ont été menés à partir de juin 2025 avec un panel de partenaires issus de différents secteurs.

Ces échanges ont permis de recueillir des retours concrets sur les usages actuels et les attentes futures, constituant une base essentielle pour définir les critères de sélection et d'attribution du futur système ou du maintien du système actuel.

Conformément au cadre juridique du Luxembourgticket GIE, le choix du nouveau système, ou du maintien du système actuel, s'inscrit dans une procédure d'appel à marché public. Cette étape qui a été initiée en novembre 2025 garantit une sélection transparente et conforme à la réglementation, basée à la fois sur la qualité des solutions proposées et sur leur soutenabilité économique.

Enfin, un calendrier précis a été défini pour structurer la mise en œuvre du projet, depuis le lancement des travaux en mai 2025, passant par la diffusion du projet sur le portail des marchés publics en novembre 2025, jusqu'à l'attribution du nouveau système ou du maintien du système actuel et la préparation de la feuille de route de transition pour le printemps 2026.

Équipe

Fabien Madimba

Directeur

Daniel Baur

Chargé relation clientèle

Roberto Cedano

Chargé relation clientèle

Tania Costa

Graphiste - Créatrice de contenus

Xavier Debelsunce

Chargé relation clientèle

Guillaume Dos Santos

Graphiste - Chargé de communication

Romain Gentilini

Graphiste - Chargé de communication

Lisa Kohn

Community Manager - Chargée de communication

Ben Kraemer

Rédacteur

Deborah Lambolez

Chargée de contenu éditorial et marketing

Cédric Mullenbach

Chargé d'administration

Dave Muno

System Manager

Sophie Schatteman

Chargée de communication

Stephan Schuster

Chargé de projet



Le Conseil de gérance

**Le G.I.E est géré par un Conseil de gérance composé de dix membres.
En 2025, le Conseil de gérance était composé de :**

Luc Schadeck
Alessandra Luciano
Tom Feider
Catherine Pastoret
Joel Wolff
Gina Reuland
Bertrand Magron
Manuel Ribeiro
Vicky Zeimetz
Catherine Keipes
Maxime Bender
Réjane Nennig

Luxembourgticket G.I.E.

14, Avenue de la Gare
L-1610 Gare Luxembourg

Tel: (+352) 47 08 95 1
info@luxembourgticket-gie.lu

www.luxembourgticket-gie.lu

Avec le soutien de



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



**LUXEMBOURG
TICKET ((GIE.**