

The background of the entire page is a stylized, light grey map of the Esch-sur-Alzette district, showing a network of streets and building footprints. A large orange rounded rectangle is centered on the page, containing the main title and subtitle. In the bottom left corner, there is a logo for Esch-sur-Alzette, featuring a stylized tower icon and the text 'ESCH' and 'www.esch.lu'.

VISION POUR UN DÉVELOPPEMENT ECONOMIQUE ET TOURISTIQUE AXÉ SUR LA CULTURE POUR ESCH-SUR-ALZETTE 2020-2030

Rapport

Lia Ghilardi

Mars 2020



www.esch.lu



1. Vision	→ 4
2. Créer une expérience uniquement eschoise	→ 6
Les points forts	→ 8
Les défis	→ 12
3. Une feuille de route	→ 14
4. Plan d'action	→ 17
5. Liste des personnes consultées	→ 24

Notre vision pour Esch est de devenir la ville la plus ouverte, durable, créative, cohésive et attractive du Luxembourg.

Comment atteindre cette vision?

Dans les villes postindustrielles, la construction d'un écosystème fort d'initiatives connectées, capables de répondre aux besoins, styles de vie et dynamiques sociales et économiques locaux, est un élément clé du succès.

Les expériences de villes comme Bilbao, Essen (et la Ruhr), Lille, Dundee, Turin, Aarhus, Malmö ainsi que de plus petites villes telles que Ludlow (GB), Galway (IE), Hertogenbosch (NL) ou Svendborg (DK) montrent que l'utilisation de différentes formes de culture locale (gastronomie, festivals, événements, traditions locales et styles de vie), permet de transformer un potentiel brut en perspectives concrètes.

Toutes ces villes ont démarré à partir d'une position inférieure dans la hiérarchie urbaine. Elles ont toutes souffert de déséquilibres économiques, du manque de talents, d'une perte d'identité et d'une image négative. Toutes ont réussi à inverser les choses (certaines de façon plus spectaculaire que d'autres) en construisant sur l'esprit unique du lieu et en mettant en œuvre des stratégies de développement holistiques qui connectent les sphères économique, environnementale, sociale, territoriale et culturelle.

Nous pensons que si Esch veut être un lieu socialement, culturellement et écologiquement conscient, où des personnes de toutes origines et de tous milieux sociaux peuvent vivre et travailler paisiblement, elle doit construire sur ses forces à travers trois piliers: **la communauté, le lieu, l'économie**, et répondre aux exigences par le biais d'un **effort concerté de tous les services pertinents de la ville**.

Comment allons-nous faire cela? Nous connecterons les points positifs uniques que nous avons identifiés en écoutant pendant une période de consultation de six mois les acteurs sur le terrain, par rapport à leurs plans, initiatives et stratégies.

Nous mettrons en place, à partir de 2020, **un mécanisme ad hoc (Task Force)** interdépartemental et de haut niveau pour l'implémentation d'actions et de projets visant à atteindre les finalités de cette vision. Les priorités centrales sont l'intégration de la créativité, le soutien de l'économie à travers la culture et les industries connexes, l'amélioration de l'image de marque de la ville, et une revitalisation axée sur le social et les diverses expressions culturelles locales.

Un tel mécanisme devrait aussi établir les bases d'un dialogue constant avec les communautés locales de la ville, afin d'engendrer une prise de conscience relative au potentiel de la culture et des industries liées, en combinaison avec l'apprentissage, la participation à culture et la création d'opportunités d'emploi.

Une consultation et analyse des besoins, attentes et ambitions pour l'avenir a été jugée nécessaire par le Service Promotion économique, Tourisme & Relations internationales, lequel a commandé les investigations détaillées qui sont à la base du présent document.

La consultation menée pendant les six derniers mois a compté des entretiens en face à face, des réunions de groupe, des groupes thématiques et des entretiens téléphoniques avec quelque 60 acteurs (eschois et autres), issus du tourisme, de la culture, de l'économie verte, des loisirs, des industries créatives, de l'urbanisme, de l'innovation, de la jeunesse, de l'architecture, du secteur associatif, de l'entrepreneuriat social, du commerce et de l'horesca.

Cet exercice nous a fourni la documentation de base pour tester la solidité et la viabilité de la Vision. Cela nous a également permis de dresser un tableau plus nuancé des défis que la Ville doit actuellement affronter pour améliorer son image et son potentiel économique et touristique.

Déjà la **Stratégie Culturelle Connexions** a fourni les points de départ du cadre stratégique pour construire une telle Vision, mais afin d'élargir le rôle de la culture au sein du développement touristique local, il était nécessaire d'obtenir un aperçu plus complet des qualités uniques de la ville, prenant en considération les politiques, plans et initiatives existant au niveau du tourisme culturel et créatif, de l'attractivité et de la régénération économique et urbaine.

La culture est le lien fondamental entre les communautés et le fondement de ce qui fait de nous des humains. La Déclaration de Rome de l'UE de 2017 reconnaît la culture comme 4e pilier du développement durable (les trois autres dimensions étant la croissance économique, l'inclusion sociale et l'équilibre environnemental). Des initiatives telles que l'Agenda 21 de la Culture (*dont Esch est un pilote reconnu*) sont notamment des preuves concrètes de l'importance de la culture en tant que contribution clé à un développement urbain et régional durable.

En ce qui concerne le tourisme et la transformation urbaine et d'image, des initiatives comme les **Capitales Européennes de la Culture** (notamment Esch 2022) sont un bel exemple comment un développement axé sur la culture au sens large peut positivement impacter des villes qui veulent repositionner leur économie et leur identité après la perte de l'industrie. Bien qu'il y ait des variations parmi des Capitales de la Culture en termes d'impact économique, les rapports d'évaluation mettent invariablement en évidence les répercussions positives du titre pour l'économie locale.

Un PIB supérieur de 4,5% pour les villes/régions Capitales européennes de la Culture. Effet ressenti au-delà de 5 ans après la fin de l'événement.

En plus, pendant des années, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) des Nations Unies a collecté des preuves démontrant comment le tourisme sous ses différentes formes (incluant le tourisme urbain, de loisirs, de bien-être) peut contribuer à l'économie, l'image et la qualité de vie d'un endroit.

516 millions de voyages catégorisés tourisme culturel en 2017.

40% des arrivées internationales sont considérées comme faisant partie du tourisme culturel (visiteurs consommant le patrimoine et l'art, visites de villes, festivals, personnes à la recherche d'expériences culinaires).

De nos jours, les touristes ne sont plus passifs (par exemple en participant seulement à des visites guidées traditionnelles), mais ressentent le besoin d'être impliqués dans la vie quotidienne de leur destination. **Le tourisme expérientiel** est considéré comme une nouvelle génération de tourisme qui implique tant les visiteurs que les populations locales dans la création de produits et d'expériences touristiques. Cette nouvelle façon de découvrir une culture différente par l'expérience a crû de plus en plus pendant la dernière décennie et les villes plus petites et relativement périphériques aux capitales sont les mieux placées pour capitaliser sur ce nouveau domaine car elles sont obligées de penser leurs ressources de façon plus créative pour raconter leurs histoires.

Des experts internationaux comme Greg Richards, Paolo Russo et Lia Ghilardi ont constaté que le nouveau touriste urbain veut souvent découvrir des environnements branchés ou hors des sentiers battus et suggèrent que le touriste culturel

d'aujourd'hui est très probablement autant à la recherche de la culture de rue et de tous les jours que de sites patrimoniaux. En plus, la croissance des compagnies aériennes low cost, l'économie du partage et les médias sociaux ont contribué à l'augmentation des chiffres ainsi qu'à l'élargissement et à la diversification du marché pour inclure aussi des touristes «fê-tards» qui souhaitent participer à la vie nocturne.

Selon les publics cibles identifiés dans le rapport *Trends and Forecast Report* (Quarterly Report, June 2019), récemment publié par *Luxembourg for Tourism*, le «voyageur solitaire» est mis en évidence en tant que nouvelle cible, étant donné que de plus en plus d'individus choisissent de s'accorder de petites escapades, de découvrir des lieux urbains pour apprendre à mieux se connaître, pour poursuivre leurs passions et pour immerger dans leur destination. Pour ce type particulier de voyageur, le lieu compte pour 42% de l'expérience, les sites d'attraction pour 32% et les expériences culturelles pour 14% dans le choix de sa destination. Nous avons l'impression qu'Esch est idéalement placée pour ce type de voyageur et certaines des options citées dans le plan d'action prennent cela en considération.

Enfin, il faut prendre en considération un autre ingrédient en examinant les avantages de la culture comme base du développement local, à savoir les industries qui se développent en se servant de la culture et de la créativité pour créer de nouveaux produits qui peuvent être vendus sur les plans local et global. Celles-ci incluent: Livres, journaux et magazines, musique, arts de la scène, télévision, film, radio, jeux vidéo, arts visuels, architecture, publicité. La présence et le développement des industries culturelles et créatives constituent un moteur économique important pour une ville et une région et, en raison de leur contenu hautement créatif, ces industries peuvent aussi contribuer à des spin-off comme à la génération d'emplois pour les jeunes (p.ex. dans les secteurs de la production musicale, ou la conception de logiciels).

7 millions de personnes employées dans les industries créatives dans l'Union européenne en 2016. Contribution de 1,7 milliards d'euros à l'économie nationale luxembourgeoise en 2016.

Tout ce qui a été dit jusqu'à présent indique la capacité qu'a la culture au sens large de transformer les villes et leurs habitants (p.ex. le sous-thème «Remix yourself» d'Esch 2022) et de contribuer à l'économie et au développement local en général. Esch a des ressources immenses dans toutes les sphères analysées pendant notre consultation. Elle peut compter sur des forces considérables en matière de patrimoine culturel, tangible ou intangible, pré- ou postindustriel. Toute ville moyenne disposant de tels atouts peut s'en servir à son avantage, dans le contexte de la régénération, des clusters créatifs, du ressenti urbain ou de la mémorabilité des expériences touristiques.

Nous présentons, ci-après, un résumé de ce que nous considérons les ressources et points forts sur lesquels Esch pourrait construire cette Vision d'une ville **ouverte, durable, créative, cohésive et attractive.**

TOPOGRAPHIE ET PAYSAGES UNIQUES



Créés par l'homme ou naturels, allant de l'ancienne mine de Katzenberg ou Cokerill; à la beauté des Terres Rouges; forêts, réserves naturelles et des parcs comme Ellergronn ou Gaalgebiereg, des parcs urbains comme le parc Laval. La réserve naturelle Ellergronn a une bonne performance avec une croissance solide de la participation à ses activités pédagogiques et ses événements dans la nature. Les visites de son musée ont également augmenté, allant de 11.041 à 17.217 entre 2014 et 2018. A côté de la réserve naturelle Ellergronn se trouve le petit refuge Maison Rosati, laquelle a récemment été restaurée et réouverte aux voyageurs à la recherche d'un séjour paisible et calme au milieu de la forêt (la maison n'a pas d'électricité ni d'eau courante, ce qui ajoute de la mémorabilité à l'expérience). En plus, un guide forestier travaillant avec le CIGL Esch (une asbl créée en 1997 pour travailler dans l'économie solidaire) organise des promenades et d'autres activités autour de la santé et des avantages d'une vie dans la nature.

Une autre initiative intéressante en accord avec la nature est l'ajout récent de trois gîtes arboricoles uniques (une série de facilités haut de gamme et confortables qui pourraient attirer de l'attention au niveau international) au sein du parc animalier. La collaboration avec le CIGL Esch garantit aussi que des infrastructures comme la Camping Stuff au Gaalgebiereg soient populaires auprès des locaux et des visiteurs.

UN TISSU URBAIN ET UNE ARCHITECTURE DISTINCTIVE



Un mélange attrayant allant de grandes villas art-déco de propriétaires d'usines, et des ingénieurs qui y travaillaient, à de petites maisons ouvrières pittoresques caractéristiques; à des églises de différents styles allant du moderne au médiéval; des bâtiments publics récents comme le nouveau tribunal, des hôtels comme le Seven et l'Auberge de Jeunesse; et, bien sûr, Belval avec ses nombreux bâtiments de marque.

Ces derniers incluent les travaux d'architectes connus, comme Violet le Duc, Joseph Stübben, Gottfried Böhm, Peter Rice. Des entreprises prestigieuses et primées comme Jim Clemes, BENG, WW+ et Phillippe Nathan (le co-curateur du pavillon luxembourgeois à la Biennale d'Architecture de Venise 2018) sont tous basés dans la ville. Ces attractions pourraient attirer des publics spécialisés ayant des intérêts différents à Esch: des amateurs d'histoire, des urbanistes, des ingénieurs urbains, des architectes et artistes à la recherche d'inspiration.

UNE POPULATION DIVERSIFIÉE CONTRIBUANT A LA VIE LOCALE



D'un point de vue socio-culturel, Esch a une longue histoire de tolérance envers les étrangers. Depuis les débuts de l'industrie, la ville a accueilli des travailleurs étrangers portugais et italiens (parmi les 35.394 habitants, 11.141 sont d'origine portugaise, 1.862 sont Français, 1.359 Italiens), puis des citoyens de plus de 120 nationalités. Une ville plus hétérogène est mieux équipée qu'une ville homogène pour affronter les défis de l'économie mondiale et s'adapter au changement.

La richesse culturelle d'Esch est une grande force qui peut être exploitée dans une multitude de domaines pour apporter ainsi des avantages économiques majeurs (p.ex. l'économie expérientielle, le commerce de niche, la gastronomie et la production gastronomique spécialisée, de nouveaux services liés à la mode et au style de vie, les industries créatives, ou le secteur des soins à domicile).

UNE VILLE TOLERANTE ET OUVERTE



La présence d'étudiants, de chercheurs, de travailleurs talentueux de nombreuses nationalités font d'Esch la ville ouverte par excellence. Ici, style de vie, préférences sexuelles, pratiques religieuses et sociales individuelles sont reconnues, tolérées et facilement accueillies.

Les fêtes traditionnelles d'Esch en constituent des exemples (Cavalcade, Gay Pride, Fête nationale). Tous les ans (indépendamment des allégeances politiques), le Bourgmestre inaugure le festival de rue officiel, le Gaymat. Ceci est une démonstration de l'engagement fort de la Ville pour combattre la discrimination, l'oppression et les inégalités. Dans un climat de réapparition d'intolérance, de nationalisme et de populisme, une ville qui est capable de soutenir la diversité et la tolérance à tel haut niveau de la hiérarchie politique doit être un lieu de vie et de travail attractif. En plus, Esch est membre du réseau Rainbow Cities (établi en 2011 et comptant 27 membres à travers le monde qui s'engagent tous pour la défense des droits de leurs citoyens LGBTQI). Puis, la Ville est membre de la Coalition européenne des Villes contre le Racisme et a souscrit à la Charte de la Diversité luxembourgeoise. Enfin, au niveau municipal, Esch a mis en place un Service de l'Egalité des Chances qui est très proactif dans l'implémentation d'actions visant à adresser toutes les formes de discrimination entre les sexes.

UNE OFFRE SPORTIVE INCLUSIVE ET INNOVATIVE



Proposant une offre BASKIN et de multiples initiatives ciblant l'inclusion à travers le sport, Esch est innovante en matière d'offre sportive.

Elle est surtout soucieuse de veiller à l'inclusion sociale et à s'adresser aux personnes de toutes motricités. Puis, Esch a une longue tradition du football, dispose de nombreuses infrastructures sportives et d'opportunités pour pratiquer du sport à l'air libre (p.ex. VTT et randonnée).

Un nouveau complexe sportif d'environ 2000 m² viendra s'ajouter à cette offre. Enfin, Esch s'engage aussi pour la promotion d'un style de vie sain et de l'importance de l'exercice physique (cf. Sportförderprogramm).

STRATEGIE CULTURELLE «CONNEXIONS»



Esch est l'un des pilotes les plus imités au sein du programme international Agenda 21 de la Culture; la Stratégie Culturelle Connexions est un exemple national pour la rédaction et la mise en œuvre d'un plan de développement culturel; le lancement d'initiatives municipales comme la Nuit de la Culture et Francofolies, ensemble avec des initiatives de renforcement des capacités pour les acteurs culturels, comme le Petit-déjeuner de la Culture, sont des signes que la Ville prend la culture et son potentiel au sérieux.

Enfin, l'obtention du titre de Capitale Européenne de la Culture 2022 est une démonstration que tout le pays croit en Esch. Notre consultation révèle que, en même temps qu'un tissu fort d'institutions et organisations culturelles, il existe un potentiel considérable dans les industries créatives et culturelles à Esch et dans la sous-région immédiate. La Rockhal (avec son Lab expérimental), l'espace créatif bien établi de la KuFa; le nouvel espace culturel communautaire Hariko, ensemble avec des initiatives comme le Creative Cluster, Luxinnovation, et de nombreuses entreprises, artistes et individus créatifs opérant dans la ville et dans la région, sont des ressources dont seulement peu de villes secondaires du Luxembourg disposent. A cela s'ajoutent de nouveaux projets d'envergure, telle que la reconversion de l'ancien hôpital BRIDDERHAUS en résidence d'artistes et l'établissement de Music LX à Esch.

TERRE DE L'INNOVATION



L'histoire de l'incubation au Luxembourg a été marquée par Esch, avec l'ouverture en 1998 de l'incubateur d'entreprises Technoport (formalisé en tant que Technoport S.A. lors d'une fusion en 2012).

Il en résulte qu'Esch compte actuellement quatre incubateurs, le Technoport, spécialisé en TIC (incluant un Fab Lab ouvert au public jusqu'à récemment); la House of Bio Health (un cluster d'entreprises spécialisées en biotechnologies); FACILITEC (spécialisé en économie circulaire et solidaire), puis des facilités de recherche telles que le Luxembourg Center for Systems Biomedicine (qui se concentre sur l'étude de maladies neurodégénératives, avec un accent sur la maladie de Parkinson), ainsi que le Scienteens Lab (qui est un centre extracurriculaire de l'Université du Luxembourg et offre des workshops visant à réveiller l'intérêt des jeunes pour la science et à les soutenir dans leur choix de carrière).

Ici encore, nous nous retrouvons devant un potentiel d'innovation dont peu de villes de taille similaire en Europe ne disposent.

UN PROJET DE REVITALISATION DU CENTRE-VILLE



Quant à la vie urbaine, il y a des initiatives visant à revitaliser le centre-ville en commençant par la Rue de l'Alzette (dirigées par le bureau d'architecte et d'urbanisme WW+, ensemble avec des représentants des services pertinents de la Ville et organisé en groupes de travail). Ceci est un travail important en faveur de l'amélioration de la qualité de vie et de l'attractivité du centre-ville.

Un portfolio de schémas actuellement pris en considération par les groupes de travail inclut des actions relatives à la faible qualité du commerce, notamment le Concept Local d'Activation pour la Revitalisation Commerciale d'Esch (CLAIRE), incluant différentes formes d'utilisation de locaux commerciaux vacants (p.ex. utilisations temporaires, pop-ups, projets artistiques, workshops créatifs, travail de quartier), la création de plus d'îlots verts dans la Rue de l'Alzette par le biais de jardins éphémères; des installations artistiques dans l'espace public et une stratégie d'illumination.

DES PROJETS DE RECONVERSION DE FRICHES INDUSTRIELLES



En termes de transformation urbaine, il existe des plans pour la revitalisation de friches industrielles à proximité du centre-ville. La Lentille Terres Rouges est un de ces projets. Ici, IKo Real Estate planifie la construction d'un village urbain neutre en CO2 avec une population projetée de 3.000 habitants d'ici 2030.

Des workshops publics ont été organisés au printemps 2019 pour consulter et rassembler des idées et obtenir le soutien des acteurs locaux et de la communauté locale; Esch-Schifflange est un autre lieu clé en préparation de redéveloppement. Avec ses 62 hectares de friche industrielle, ceci est l'un des projets de développement urbain les plus ambitieux en Europe en ce moment.

En plus d'un concours d'architectural au printemps 2019, les développeurs d'Agora (Arcelor Mittal et CFL), ensemble avec la Ville d'Esch ont conduit un processus participatif pour tester la faisabilité d'un éco-quartier axé sur l'économie circulaire et la durabilité.

UNE IBA POUR ALZETTE-BELVAL



Pendant notre consultation, nous avons appris une proposition du GECT (Groupement Européen de Coopération Territoriale) Alzette Belval pour lancer une telle initiative. Le lancement officiel a été organisé en janvier 2020. Les exemples cités ci-après témoignent de l'importance de cette initiative.

L'IBA réussie du Emscher Park (Ruhr) était née de la nécessité de transformer des terres industriellement dégradées (la «ceinture de rouille») en une zone métropolitaine plus verte, moderne et culturellement riche. L'Etat de la Rhénanie-du-Nord-Westphalie avait à ce moment lancé un important programme de régénération (à travers le territoire) sur 10 ans. Des compétitions nationales et internationales de design ont été utilisées par l'IBA pour gagner de nouvelles idées pour transformer des visions abstraites en réponses concrètes aux besoins locaux. Les initiatives ont été implémentées indépendamment des autorités locales et régionales via la création d'une entreprise de développement agile, qui a principalement joué un rôle stratégique et d'activateur. Aujourd'hui, il y a bien plus d'exemples d'IBA réussies (p.ex. Thüringen, Stuttgart), mais si l'IBA d'Alzette Belval sera installée, cela changerait la donne pour cette partie de la région du Sud et Esch (et son image de capitale culturelle de la région) pourrait incontestablement en bénéficier. Néanmoins, afin de pouvoir profiter d'une telle initiative, Esch (la plus grande ville de la région) devra prendre les devants et fournir une vision pour toute l'IBA. Ce document pourrait y apporter une contribution.

ESCH, VILLE DURABLE



Lauréate de l'Award Gold dans le cadre du Pacte Climat, la Ville d'Esch a mené de nombreuses initiatives en faveur du développement durable, Ville Comestible (production durable d'aliments à travers la création de jardins communautaires); le projet Grow (pour tester l'impact du changement climatique sur l'humidité des sols), ainsi que des conférences et des événements tels que le Grand nettoyage de printemps, plus le soutien pour la production sans pesticides de graines et de fleurs à travers la ville; enfin, la construction d'une école selon les principes de l'économie circulaire.

Dans ce domaine, Esch dispose d'autres avantages importants, avec la présence d'organisations et entreprises internationalement reconnues, telles que Transition Minett et BENU. Pendant les dernières années, les deux organisations ont contribué des processus et produits innovants, conçus pour faciliter la transition vers l'économie circulaire, tout en mettant l'être humain au cœur de leurs activités.

La mobilisation communautaire fait aussi l'objet du projet REconomy, porté par Transition Minett, dans le cadre duquel des groupes de personnes peuvent prendre des initiatives et agir contre le changement climatique en créant des modèles économiques plus équitables. Les actions vont de la création de jardins communautaires à l'apprentissage de la création d'objets et de meubles à partir de matériaux jetés, à la réinvention de la production alimentaire en relocalisant les chaînes logistiques et à la création de nouvelles entreprises qui peuvent apporter des bénéfices sociaux et environnementaux.

UN FORT ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE ET ENVIRONNEMENTAL



Concernant l'engagement communautaire, la cohésion sociale et la sensibilisation aux enjeux environnementaux, le CIGL Esch mène de nombreux projets (dont certains transfrontaliers) sous le label Nature, Création et Citoyenneté, comme par exemple: KreaVert, visant à aider des personnes sans emploi à réintégrer le marché de l'emploi à travers l'apprentissage de nouvelles compétences en lien avec la production d'aliments biologiques (une partie de la Ville Comestible Esch), le Escher Gemeisguart (un potager biologique avec une serre, pilote de la production agricole urbaine) et REC'UP (la production de meubles, textiles ou matériaux de construction à partir de déchets). En plus, le Centre de Recyclage SIVÉC s'engage à créer des repair cafés sous forme de pop-ups et d'autres types de centres de réutilisation, en collaboration avec Ecotrel.

Malgré les points positifs, les ressources et la série d'initiatives décrites jusque-là, Esch semble toujours lutter contre une image relativement négative. Nous avons constaté pendant notre consultation que de nombreux acteurs locaux sont particulièrement concernés par la faible performance de la Ville au niveau touristique, ainsi que l'attractivité globale de la Ville et de ses environs, et le faible nombre de personnes qui sortent de Belval pour visiter les sites du centre-ville.

Sur les plateformes touristiques, Esch est présentée de façon plutôt plate et peu inspirante. Sur *TripAdvisor*, par exemple, les attractions «habituelles» qui sont mentionnées sont typiquement: le Haut-Fourneau de Belval, le Parc Animalier Escher Déierepark, le Gaalgebierg, la Rockhal, le Musée National des Mines de Fer (<https://www.tripadvisor.co.uk/Home-g190355?fid=41e689e6-4c9c-4dea-8d8d-c3df4faa5477>), alors que Visit Luxembourg cite l'architecture et le shopping en haut de sa page (<https://www.visitluxembourg.com/en/red-rocks/esch-sur-alzette>). Plus bas sur la même page, le site mentionne le patrimoine industriel, le Musée de la Résistance et donne un large aperçu, même si plutôt morne, des autres attractions culturelles de la ville. Le Gaalgebierg est une exception car il obtient une attention particulière en tant que zone récréative clé.

Le site officiel d'Esch (<https://citylife.esch.lu>) liste 19 destinations thématiques différentes, les activités allant de randonnées ciblées dans la nature aux parcours en VTT, shopping, aires de jeux pour enfants, visites aux musées, activités culturelles, des tours guidés autour du patrimoine architectural, un skate parc pour les jeunes et des activités de loisirs assorties pour tous les âges. Ici, le poids des offres communiquées semble légèrement pencher vers les touristes à la recherche de nature et de relaxation (p.ex. le Centre Ellergronn et le Gaalgebierg sont mis en évidence comme attractions clés sur le site) plutôt que vers ceux qui cherchent à découvrir la *culture urbaine* (qui obtiennent seulement une explication rapide des infrastructures ou lieux disponibles pour divertir les visiteurs du centre-ville). La Nuit de la Culture est toutefois mise en évidence par une page.

Just Arrived, une plateforme pour des étrangers qui choisissent Luxembourg comme lieu de vie et de travail (<https://www.justarrived.lu/en/practical-information/municipalities-towns-and-villages-in-luxembourg/esch-sur-alzette/>), propose un commentaire plutôt court sur les attractions qui attendent les nouveaux arrivants à Esch et mentionne, en haut de page, Belval et son patrimoine sidérurgique iconique, ensemble avec la Rockhal et l'Université comme aimants pour ceux qui sont à la recherche d'un lieu «intéressant» pour vivre et travailler. «L'ambiance spéciale» apparaît seulement au deuxième paragraphe de la page sur Esch (mentionnant le shopping dans la Rue de l'Alzette, ensemble avec d'autres attractions culturelles dans le secteur). Enfin, la Capitale Européenne de la Culture 2022 est mentionnée en une ligne, presque comme une pensée après coup, sans aucune explication de l'impact positif que cet événement pourra avoir sur l'économie, l'image et le tourisme.

La lecture rapide d'un échantillon de la littérature disponible en ligne semble confirmer la perception que – alors qu'Esch en tant que telle n'est pas encore reconnue en tant que centre urbain culturellement vivant – Belval est souvent mentionné positivement à ce niveau, presque comme si c'était une ville à part. A cause de son urbanisme moderne, le site a l'image d'un lieu excitant.

Si nous analysons le cadre existant, par exemple en relation avec la promotion touristique, l'investissement intérieur et la marque Esch, il est clair que Esch devrait, entre autres, *repenser sa stratégie de communication*. Dans cette optique, un effort concerté devrait être fait pour créer des liens avec les priorités des acteurs nationaux comme Luxembourg for Tourism, qui a identifié le besoin de décentraliser les ressources pour la promotion des qualités distinctives que les villes secondaires peuvent offrir, afin de renforcer ainsi la réputation du pays.

Comme mentionné antérieurement, le tourisme change et tandis que le tourisme culturel se concentre essentiellement sur l'exploitation passive du patrimoine culturel et historique, le tourisme expérientiel (ou créatif) implique davantage d'interaction et d'engagement dans des expériences authentiques permettant une interaction pédagogique, émotionnelle, sociale et participative avec le lieu et sa culture vivante. Ce type particulier de tourisme offre l'opportunité d'augmenter de sa rentabilité car il crée une nouvelle demande diversifiée, et a un effet positif sur l'auto-estime de la population locale, grâce à ce nouvel intérêt pour leur culture et leurs modes de vie. Ceci peut, en revanche, redynamiser l'entrepreneuriat, renforcer la capacité des entreprises et induire l'innovation des produits et des expériences au niveau local.

Un bon plan pour le développement touristique ne doit pas seulement englober les fonctions d'un seul service, mais doit aussi créer des liens avec d'autres services, tels que le Service Culture, le Service Développement urbain, le Service Ecologique (entre autres) et exige une collaboration systématique entre tous. Le développement touristique est une activité multisectorielle avec un impact social, économique et environnemental. Cela demande donc une planification considérable pour que les rendements soient attrayants pour les touristes tout en étant durables – exigeant également une coopération et coordination prudentes avec le secteur privé.

A ce stade, **il n'y a pas de mécanisme** capable de porter une telle approche coordonnée, mais **il y a une urgence considérable**, vu l'imminence d'Esch 2022, et le besoin de soutenir la ville avant, pendant et après l'année de la Capitale Européenne de la Culture. Il est également souhaitable de capitaliser sur l'opportunité que cet événement apportera pour catalyser l'économie (et la créativité) locale et remettre la réputation d'Esch sur la voie du succès qu'elle mérite en réalité.

A Esch, il y a donc un besoin de mieux coordonner les actions. Vu les investissements que fait la Ville en faveur de son développement en termes de culture, d'économie et de développement durable au sens large, un **leadership clair et stratégique devient strictement nécessaire**. Si la Ville continue à lancer de nouveaux projets (parfois) coûteux sans les connecter et coordonner entre eux, elle risque de perdre son retour sur investissement.

Il n'y a pas de solutions «prêtes à l'emploi» et, à nos yeux, si Esch veut prendre son destin en main, elle doit commencer par construire un climat de confiance au sein de l'administration publique et inciter les différents services à joindre leur forces pour atteindre un objectif commun et mettre en place une stratégie globale. La collaboration entre services de la Ville, institutions et organisations en faveur d'un même objectif, et l'accueil de nouvelles idées, est la voie à emprunter.

Quel mécanisme?

A cette fin, nous suggérons la création d'une **Task Force** pour notre Vision, avec un mandat spécifique pour implémenter un **plan d'actions** concrètes à court, moyen et long terme, prioritairement à travers la ville, mais avec la possibilité d'opérer au niveau régional si l'opportunité se présente. Comme le nom le suggère, une «Task Force» est une mesure d'urgence pour délivrer des actions interdépartementales concrètes et **doit bénéficier d'un large soutien politique et interdépartemental au plus haut niveau**.

Les forces opérationnelles de ce genre sont généralement créées pour répondre rapidement aux défis et pour organiser différents acteurs pour prendre des mesures ensemble, sans être distraits par d'autres missions, afin qu'ils puissent rassembler des efforts autrement dispersés, surpasser les problèmes de coordination et les asymétries d'information.

La Task Force serait une émanation du Service Promotion économique, Tourisme & Relations internationales, présidé par le Bourgmestre ou l'un de ses représentants, et serait coordonné par le service mais serait épaulée par un expert externe. Le coordinateur de la Task Force pourrait être la responsable actuelle du service, en collaboration avec cet expert externe. Le coordinateur travaillerait ensemble avec d'autres services clés de la Ville comme les services Culture, Développement Urbain, Développement Social, Egalité des Chances, le Service Ecologique et Relations publiques en premier lieu, ainsi qu'avec Esch2022, l'ORT Sud et l'Université. D'autres services ou acteurs seraient impliqués ponctuellement, en fonction du type de projets que la Task Force veut développer.

La Task Force pourrait avoir une limite d'un an. La limite de temps est proposée pour mettre la pression sur les acteurs participants pour se concentrer sur l'implémentation des actions. Cette Task Force est également un test pour la mutualisation des ressources (et initiatives existantes) et l'implémentation collaborative et réussie d'une série de priorités définies ensemble.

D'autres partenaires externes seraient un représentant du commerce local, une institution culturelle clé, une personne de l'hôtellerie, un représentant de l'industrie créative et un représentant indépendant de l'économie verte/circulaire ou une association communautaire, le Syndicat d'Initiative, PRO-SUD, le Fonds Belval et d'autres organismes régionaux

ou (nationaux) qui pourraient soutenir la Task Force en participant à une sélection de réunions.

Techniquement et afin d'être efficace, les services partenaires devront s'engager clairement pour faire partie de la Task Force. Le personnel devra éventuellement être détaché pour un petit pourcentage de temps à dédier à la Task Force. Par exemple, le Service Culture devra probablement envoyer un membre de l'équipe pour deux jours par mois pendant une année. La même chose pour le service du Développement Urbain et ainsi de suite.

Quels seraient les rôles de la Task Force?

- **Leadership** en promouvant un plan partagé pour le tourisme culturel et expérientiel dans le contexte d'une Vision à long terme (2030) pour la ville, en galvanisant les intérêts et les ressources des différents acteurs présents (p.ex. les points positifs mentionnés antérieurement).
- **Implémentation** en mettant en place des groupes de travail dédiés et capables de se concentrer sur les priorités décrites ci-après et/ou en activant l'implémentation de projets pertinents.

Les finalités de la Task Force seraient:

- Mettre en place une gouvernance et une capacité décisionnelle interservices;
- Mettre en œuvre les priorités de la Vision mise en avant dans le présent document stratégique;
- Création de liens entre les différents services de la Ville, les acteurs touristiques et d'autres stratégies de développement existantes (culture, développement urbain, développement économique, écologie, cohésion sociale);
- Développer un plan d'action avec des mesures concrètes à court, moyen et long terme selon les thèmes identifiés dans ce document stratégique.

Que se passe-t-il au bout d'un an?

Une évaluation des leçons tirées des opérations et des effets de la Task Force devrait être conduite au bout de 12 mois. Si les partenaires considèrent l'expérience positive, alors la Task Force peut être abolie (car cela voudrait dire que la mesure temporaire aura atteint ses objectifs) et une **association sans but lucratif** pourrait être créée à sa place, afin d'installer un modèle de gouvernance dédié, capable d'implémenter les actions proposées dans ce document à moyen et à long terme. Cette association devrait être présidée par le Bourgmestre ou l'un de ses représentants et serait donc un mécanisme stratégique et d'implémentation de haut niveau.

Afin de développer un entendement commun de la forme que prendrait le tourisme culturel et expérientiel durable à Esch, nous avons fixé trois valeurs centrales auxquelles la Task Force devrait adhérer.

- **Construire de l'intérieur.** Cela signifie mobiliser et connecter les ressources et les points forts dont la Ville dispose déjà (que ce soient les ressources naturelles, des projets, des initiatives culturelles et des plans urbains) tout en mettant la priorité avant tout sur le bien-être et les perspectives de la communauté locale.

- **Penser culturellement, agir créativement.** Cela signifie placer l'ADN et la façon d'être uniques d'Esch, ses rituels, son histoire, son patrimoine et ses cultures diverses au centre. Puis, agir en fonction, en encourageant la production de nouvelles idées, services, entreprises ou événements pouvant créer des expériences mémorables, et en éliminant les obstacles.

- **Adopter une approche de développement holistique comme une direction future fondamentale.** Une ville ne peut pas être promue ou vendue aux touristes et investisseurs comme si elle était un objet ordinaire. Le tourisme n'est pas que pour le court terme. La trajectoire pour le tourisme à Esch doit se concentrer sur l'opportunité de développer de nouveaux produits tout en aidant à transformer les communautés dans la ville. Un engagement à long-terme avec l'entrepreneuriat (incluant les industries créatives), l'augmentation des compétences de la main d'œuvre, les connexions avec le développement économique et urbain, sont des facteurs importants. Assurer que la ville entière soit une ville vivable, attractive et accueillante est tout aussi vital pour le tourisme contemporain. Le divertissement, les lieux culturels, les parcs tranquilles, le shopping et la gastronomie sont clairement des composantes de la qualité de vie, tout comme la sécurité, l'accessibilité, la mobilité, le climat et la santé. Combinant ces facteurs avec les opportunités d'emploi, la qualité de vie et les infrastructures sont les bases sur lesquelles un plan durable pour le tourisme devrait être construit.



Afin d'implémenter notre Vision, il faut prendre en considération qu'à ce stade, la voie pour la direction et l'implémentation d'actions doit être construite comme une série de possibilités plutôt que comme une directive prescriptive et finale. Dans cette ville, l'éventail des possibilités est vaste et exigera davantage de perspectives et des études supplémentaires. Un plan d'action plus détaillé sera nécessaire une fois que la Task Force sera en place.

Le plan d'action s'articule autour d'une série de thèmes reprenant des options d'implémentation clés, lesquelles sont des conclusions directes de notre consultation mais qui élargissent également la notion de la culture et du développement à d'autres thèmes pertinents, comme l'urbanisme, le développement économique, le développement social, l'écologie. Ce sont des actions pour le court, moyen et long terme et que la Task Force pourrait prendre en considération.

01 Une ville d'Esch attractive, productive et où il fait bon vivre.

02 Activer les ressources existantes (les points positifs d'Esch) de manière imaginative et innovante.

03 Développement durable et économie circulaire.



🕒 DÉBUT 2020

AXE STRATÉGIQUE

Création d'un mécanisme ad hoc.

ACTION

Circuler la version longue de la stratégie ou le résumé à un petit groupe d'acteurs qui feront probablement partie de la Task Force.

ACTION

Organiser une première réunion des acteurs pouvant faire partie de la Task Force.



THÈME → Esch-centre et Esch-Belval à l'ère postindustrielle. Une ville d'Esch attractive, productive et où il fait bon vivre.

🕒 A COURT TERME

AXE STRATÉGIQUE

Un hub dédié à la création pour attirer les communautés locales tant de Belval et du centre-ville pour participer à des activités, ou pour des loisirs et événements culturels.

Tourisme Expérientiel.

ACTION

Commander une étude relative à la possibilité d'établir une halle des artisans, créatifs et fabricants à Esch, comme mis en avant dans le contrat de coalition de la majorité

La possibilité de soutenir le projet du service Développement Urbain et du Service Culture pour la réutilisation du bâtiment 4 à Esch-Schiffange devrait être particulièrement étudiée. Cet espace devra être dédié à des fabricants et créatifs qui ont besoin d'un espace de travail pour créer de nouveaux produits, services et idées pouvant contribuer à l'attraction d'une nouvelle forme de tourisme pour Esch.

Exemples à travers l'Europe:

<http://ruhr.impacthub.net>

<http://cardiffhackspace.co.uk>

<https://makerversity.org/about/>

<https://maker-faire.de/was-ist-eine-maker-faire/>

<https://maker-faire.de/makerspaces/>

<https://www.boxpark.co.uk/shoreditch/>

<https://www.popbrixton.org>

THÈME → Esch-centre et Esch-Belval à l'ère

postindustrielle. Une ville d'Esch attractive, productive et où il fait bon vivre.

🕒 A COURT TERME

AXE STRATÉGIQUE

Une rue de l'Alzette vivante.

ACTION

Identifier un échantillon de commerçants indépendants qui ont besoin de lieux pour leurs activités (comme, par exemple, ceux que nous avons rencontrés pendant notre consultation) et leur **attribuer des espaces temporaires pour la production et la présentation de leurs créations. Inviter des fabricants (ou artisans) et des créatifs qui seraient prêts à impliquer des visiteurs dans leurs activités de façon régulière.**

Le tourisme expérientiel consiste en la création de séjours mémorables, et même si les chiffres des nuitées à Esch augmentent constamment (en partie grâce à la nouvelle auberge de jeunesse), visiter Esch pour plonger dans une activité créative pratique pourrait renforcer la force d'attraction tant pour les voyageurs solitaires que pour les personnes souhaitant acquérir une nouvelle compétence, mais aussi pour les familles avec enfants souhaitant profiter d'une immersion active dans les différentes cultures d'Esch. Cette action devrait s'aligner avec et compléter les efforts déjà entrepris par la Ville d'Esch dans le cadre du Concept Local d'Activation pour la Revitalisation Commerciale d'Esch (CLAIRE).

🕒 A COURT TERME

AXE STRATÉGIQUE

Célébrer les nombreuses cuisines d'Esch.

Engager les communautés pour mieux accueillir les visiteurs.

ACTION

Considérant la concentration de différentes cultures dans la ville et le poids que la Ville met actuellement sur l'alimentation saine et la production alimentaire durable, ce serait opportun de développer un programme d'événements et d'initiatives liées à la culture culinaire et au bien-être. Les cultures culinaires distinctives de la destination sont un attrait pour tous les types de touristes. Même si la Rue de l'Alzette (et le centre-ville) compte déjà un bon choix de restaurants, l'offre d'Esch pourrait bénéficier de davantage de diversité culinaire. Cela pourrait aller de **festivals de rue (street food) à des marchés alimentaires réguliers** présentant des cuisines de différentes cultures à différents moments de l'année, à **des cours de «cuisines du monde»**. Telles initiatives, en plus de garder les touristes intéressés, pourraient avoir un effet positif sur l'auto-estime des populations locales, grâce à ce nouvel intérêt pour leur culture et leurs traditions.

🕒 A MOYEN TERME

AXE STRATÉGIQUE

Engager les communautés pour mieux accueillir les visiteurs.

ACTION

Étudier les moyens d'établir un «**Centre d'Interprétation**» interactif à l'intérieur du nouvel office de tourisme - D'Escher Infofabrik, à travers lequel l'histoire, les gens et des souvenirs uniques de la ville pourraient être présentés de façon visuellement captivante (éventuellement selon une organisation thématique, p.ex. travailler à Esch, femmes d'Esch, la vie dans la Rue de l'Alzette à travers le temps etc.). La collection des matériaux pour le Centre d'Interprétation pourrait être réalisée via le lancement d'un appel via les médias sociaux, pour rassembler des histoires, ou via un projet culturel impliquant différentes communautés.

THÈME → Esch-centre et Esch-Belval à l'ère

postindustrielle. Une ville d'Esch attractive, productive et où il fait bon vivre.

🕒 A MOYEN TERME

AXE STRATÉGIQUE

Esch Ville Tolérante.

Création d'une Maison Arc-en-ciel (Rainbow House).

ACTION

Comme souligné ailleurs dans ce document, la ville a fait ses preuves dans l'accueil de différents choix religieux, de modes de vie ou de pratiques sociales individuelles. La Equality Parade et le street festival *Gaymat*, qui ont lieu tous les mois de juillet dans la ville depuis 2015, en constituent un exemple. Il s'agit d'une démonstration que la Ville s'engage à combattre la discrimination, l'oppression et les inégalités.

Nous savons de nos études de villes qui ont réussi que l'un de leurs ingrédients est la capacité d'inclure et de tolérer la diversité dans tous les aspects de la vie (et c'est cela qui rend certaines villes plus attrayantes que d'autres pour les nouveaux arrivants et les visiteurs). Si Esch veut s'évertuer à devenir une ville vraiment tolérante, et une ville qui peut attirer tout type de touristes sans discrimination, alors elle doit adopter une attitude plus explicitement ouverte au niveau de sa communication interne et externe sur le fait que toutes les communautés sont les bienvenues dans la ville.

Afin de booster la marque Esch en tant que «ville ouverte», **un espace devrait être dédié** à la célébration de la diversité présente à Esch. Une Maison Arc-en-ciel ou Rainbow House (comme cet espace pourrait être appelé) pourrait proposer un mélange de divertissement (p.ex. cabaret ou soirées musicales), une salle de cinéma, des spectacles et expositions et enfin des bureaux et un guichet d'accueil offrant un service d'assistance-conseil spécialisé aux communautés LGBTQI.

🕒 A LONG TERME

AXE STRATÉGIQUE

Créer un vivier de talents.

ACTION

Pendant notre mapping, nous avons rencontré un nombre d'entrepreneurs créatifs et d'artistes travaillant dans les industries créatives. Deux d'entre eux en particulier ont attiré notre attention sur le travail que fait le **Lycée des Arts et Métiers à Luxembourg**. Etablissement pédagogique unique, l'école a formé des générations de designers, de créateurs et artistes qui ont continué par la création de produits innovants et d'idées qui ont contribué largement à l'économie et à la vie du pays. Esch et Differdange ont certainement un avantage fort vis-à-vis d'autres villes du Sud en tant que viviers de talents créatifs, néanmoins, malgré la richesse des compétences et des ressources d'Esch en termes d'innovation, il n'y a pas d'école d'art et de design dans la région (et seulement un Master d'Architecture à l'Université). **Ce serait intéressant d'analyser la possibilité de faire un lobby commun avec le Bourgmestre auprès du Gouvernement National, afin d'envisager la possibilité d'installer une école spécialisée en industries créatives, par exemple en créant une division BTS du Lycée des Arts et Métiers à Esch avec le directeur actuel de l'école à Luxembourg.** Si ce type de cours étaient installés au centre-ville (p.ex. sur la friche d'Esch-Schiffange ou la Lentille Terres Rouges), ils attireraient un nouveau type d'étudiants dans la ville, ainsi qu'un nouvel intérêt pour le design et la création de produits innovants. En d'autres mots, ce serait un buzz unique, attirant des visiteurs aux événements, salons, marchés spécialisés sur le design, congrès et similaires.



THÈME → Activer les ressources existantes de manière innovante.

🕒 A COURT TERME

AXE STRATÉGIQUE

Raconter l'histoire de la Ville.

ACTION

Edition des guides architecturaux sous forme digitale et sous forme de livres. Ceux-ci devraient être faciles d'accès en termes de style, légers sur la théorie, mais riches visuellement et en termes de communication narrative.

De nouveaux tours/visites guidé(e)s devraient être proposées en une série de packages avec l'architecture et le tissu urbain en tant que toile de fond pour raconter les histoires derrière les bâtiments, tout en les rendant vivantes (littéralement comme s'il s'agissait de personnages dans une pièce de théâtre).

🕒 A COURT TERME

AXE STRATÉGIQUE

Une installation majeure de lumière et de son.

ACTION

Le patrimoine des mines (mais aussi le paysage des Terres Rouges) pourrait être davantage mis en valeur (et devenir encore plus attrayant pour différents types de visiteurs) en créant, par exemple, **une attraction majeure dans l'une des mines près de Esch** (ou dans l'un des anciens bâtiments industriels sur le site des Terres Rouges). **Ici, par exemple à l'intérieur de l'une des anciennes mines, une installation de lumière et de son interactive, sophistiquée et puissante pourrait être commandée.** L'installation ne concernerait pas l'histoire des mines et du travail que les gens y faisaient dans le passé, mais pourrait être un événement purement expérientiel permettant au visiteur de découvrir le lieu pour la première fois à travers ses sens et sur un plan émotionnel, indépendamment de l'histoire du lieu. Afin d'arriver à ce résultat, l'artiste mandaté devrait être assez renommé pour attirer non seulement le public local mais aussi l'intérêt international. Une installation de telle envergure mettrait la ville sur la carte de l'excellence artistique (un tremplin parfait pour la résidence d'artistes Bridderhaus).

La Task Force devrait se pencher sur l'analyse de la faisabilité de cette entreprise en identifiant un lieu potentiel répondant aux exigences en matière de sécurité et de sûreté.

🕒 A COURT TERME

AXE STRATÉGIQUE

Héberger les visiteurs de façon imaginative.

ACTION

La Task Force devrait commander une étude pour mettre en place une stratégie d'hébergement axée sur les solutions temporaires, tels que des hôtels pop-up ou des hôtels capsule (voir exemples proposés par Sleeperoo et (<https://www.sleeperoo.de/?lang=en>) ou encore MQ Real Estate (<https://www.mqre.de/en/>).

En Europe, il y a des modèles durables d'hôtels «diffus», un concept qui consiste en la réutilisation d'immeubles non habités dans les villes (dans des maisons privées) ou dans des bâtiments historiques non utilisés, lesquels, une fois restaurés, forment une partie d'une série d'hôtes issus de la communauté. Ces structures ramènent des parties d'anciens bâtiments à la vie et proposent des chambres aux personnes à la recherche d'une expérience authentique pendant leur séjour. Les principes de l'«Hôtel Diffus» est similaire à celui de l'Ecobnb, comme il s'agit de réutiliser des ressources existantes en milieu bâti et d'aider les communautés locales à reconstruire leur économie.

<https://www.alberghidiffusi.it/?lang=en>

<https://www.theguardian.com/travel/2016/jun/11/italy-alberghi-diffusi-village-hotels>



THÈME → Activer les ressources existantes de manière innovante.

A COURT et à MOYEN TERME ACTION

AXE STRATÉGIQUE

Festival International d'Innovation Urbaine.

Une étude de faisabilité pour l'organisation d'un grand événement lié aux thèmes proches de la vie citadine, tels que la durabilité et l'architecture durable, l'économie circulaire, l'inclusion culturelle et sociale et le co-design, devrait être proposée.

Esch a assez de poids dans ce domaine pour soutenir la création d'un Festival International d'Innovation Urbaine. Cet événement devrait avoir un attrait global via l'invitation d'architectes, d'urbanistes, d'experts en mobilité, écologistes, des activistes communautaires et des artistes travaillant dans le secteur de l'espace urbain à se réunir à Esch pour partager des idées et expériences. Pendant le Festival, des groupes communautaires devraient présenter et organiser des événements dans différents quartiers de leur ville. Une fois finalisée, la résidence d'artistes Bridderhaus pourrait jouer un rôle central dans la présentation d'Esch en tant que centre de l'architecture et d'innovation urbaine et culturelle, en accueillant des événements et des artistes renommés qui travailleraient en milieu bâti pendant le **Festival d'Innovation Urbaine**. La première édition pourrait être réalisée en 2022 pour l'année de la Capitale européenne de la Culture mais devrait surtout faire partie des actions pouvant perdurer au-delà de cette année.

Etudes de cas: Bristol. Envisager une visite de Bristol et d'autres lieux en Europe où l'innovation à travers la culture occupe une place importante.

A MOYEN TERME

AXE STRATÉGIQUE

IBA Alzette Belval.

Mobilité durable pour les visiteurs et la population locale.

ACTION

Considérer la possibilité de concentrer les actions menées par Esch dans le cadre de l'IBA sur la connexion à la sous-région de manière durable et innovante. Une étude devrait être commandée en particulier pour analyser les possibilités de connecter la gare du centre-ville avec Esch-Schifflange et le nouveau quartier en planification ainsi qu'avec Belval et les Terres Rouges à travers la mobilité douce, en commençant par des pistes cyclables tant pour les vélos électriques que pour les vélos traditionnels. En vue d'Esch 2022 et son héritage, une telle démarche vers une connectivité par le biais de transports durables (pouvant ultérieurement inclure le tram) constituerait un point d'attraction supplémentaire pour les visiteurs d'Esch, tout en améliorant la qualité de vie des communautés locales.

Voir l'étude de cas d'Utrecht: ville cyclable avec un agenda axé sur la santé.

https://issuu.com/theaou/docs/places_of_connection_the_academy_of
<https://www.youtube.com/watch?v=Boi0XEm9-4E>

A MOYEN TERME

AXE STRATÉGIQUE

Accessibilité d'Esch-sur-Alzette de l'extérieur.

En termes de mobilité et d'accessibilité, Esch-sur-Alzette n'est pas toujours facile d'accès à partir de l'étranger, notamment des régions transfrontalières, et même à partir de certaines régions luxembourgeoises.

Alors que l'accessibilité de l'extérieur est essentielle dans le contexte touristique et notamment dans le cadre de projets majeurs comme la Capitale européenne de la Culture ou l'IBA Alzette Belval, ainsi que dans un contexte d'attractivité globale d'une ville comme lieu de vie et

de travail, peu de lignes ferroviaires et routières directes existent hormis les lignes desservant Esch à partir de Luxembourg-Ville. Des lignes transfrontalières directes ayant existé auparavant ont été supprimées, notamment la ligne Thionville – Esch/Belval – Longwy.

Même si la « task force » créée pour l'implémentation de la vision touristique n'aura pas de pouvoir exécutif en matière de planification de la mobilité, elle devra s'associer aux différents acteurs compétents et pertinents, afin de faire un effort commun de sensibilisation pour une optimisation de l'accessibilité d'Esch-sur-Alzette.



THÈME → Développement durable et économie circulaire.

A COURT TERME

AXE STRATÉGIQUE

Esch, une ville de plus en plus verte.

ACTION

Labelliser les prochaines Francofolies d'Esch «les plus vertes d'Europe». Des connexions au **Festival d'Innovation Urbaine** proposé, via le thème de la connexion de lieu, pourrait être un choix judicieux (en montrant, par exemple le projet de ville comestible et les jardins communautaires). Ceci est une façon de réinventer le thème du développement durable de façon ludique, ce qui pourrait constituer un fil rouge à travers tous les événements de la Ville.

A COURT TERME

AXE STRATÉGIQUE

Esch, une ville de plus en plus verte.

ACTION

Afin d'améliorer la réputation d'Esch dans ce domaine (et par extension attirer ces visiteurs qui veulent sauver la planète tout en vivant de manière socialement durable), les projets déjà en cours en matière d'économie transitoire et circulaire, d'entreprises vertes, d'innovation sociale centrée sur l'écologie, et la production alimentaire alternative devraient être communiqués de façon plus agressive, via un **programme événementiel spécifique, des conférences, des réunions autour de l'économie solidaire et une stratégie commerciale dédiée au biens surcyclés. Esch pourrait par exemple accueillir des marchés de créateurs** (p.ex.: <https://maker-faire.de/aussteller/> ou https://www.k-online.com/en/Home/VDMA_Circular_Economy_Forum).

A MOYEN TERME

AXE STRATÉGIQUE

Esch, une ville de plus en plus verte.

ACTION

En plus, la création d'un label comme **“Remade in Esch” / “Refait à Esch” (ou similaire)** à adopter en tant que slogan à travers la ville et sous lequel seraient rassemblées toutes les activités liées à l'économie circulaire, pourrait constituer un point de départ.

Romane Baranski (Auberge de Jeunesse)
Serge Basso (Kulturfabrik)
Julien Becker (Skill Lab)
Christian Bettendorf (Service Développement urbain et économique)
Gregory Bianco (Bike Tours)
Marco Bidaine (Beng Architecture)
David Bisenius (ACAIE)
Laurent Boquet (Syndicat d'Initiative)
Christiane Bram (Fonds Belval)
Carlos Breda (CIGL Esch)
Nancy Braun (Esch 2022)
Marine Camps (GECT Alzette-Belval)
François Carbon (Université du Luxembourg)
Gérard Cayotte (ACAIE)
Loic Clairet (Francofolies)
Jim Cledes (Architecte)
Emmanuel Cornelius (Service Développement social)
Cindy Crestetto (ACAIE)
Diego De Biasio, (Technoport S.A)
Antoine Decoville, LISER, Team Leader Urban Development
Aliénor Didier, (Incubateur de l'Université du Luxembourg)
Dina Di Pinto (1535 Differdange)
Marianne Donven (Hariko)
Luc Everling (Architecte-Directeur)
Valerie Feltgen, LISER, Team Urban Development
Gwenael Francois (Skill Lab)
Astrid Freis (ACAIE)
Juliane Fromm (Pronovem)
Gilles Gardula (G design)
Dorothee Habay (GECT Alzette-Belval)
Peter Hengel (Auberge de jeunesse)
Marc Hillesheim (WW+)
Behm Jeannot (Service Ecologique)
Laura Juncker (Service Relations publiques)
Georges Kieffer (BENU)
Gilbert Klein (Redrock Climbingcenter)
Stefanie Knill (Université du Luxembourg)
Thierry Krutchen (Esch 2022, Tourisme)
Eric Lavillunière (Transition Minett)
Martin Lecoutère (Conscious and Cultural Student Association)
Marc Lis (Creative Cluster)
Anne Meyers (Parc Animalier)
Hélène Moench, (Service Jeunesse)
René Penning (Kulturfabrik)
Hervé Poinson (Ubicloudier)
Laura Rakow (WW+)
Lynn Reiter (ORT Sud)
Isabelle Renoir (Prosud)
Laura Roof (Lahuro)
Doriane Santi (Beng)
Lynn Schammel (Arcus/Centre Formida)
Fraenz Schintgen (Service Promotion économique, Tourisme & Relations internationales/Syndicat d'Initiative)
Sacha Seil (Service Relations publiques)
Monica Silva Ariete (Service Développement)
Gilles Stoffel (Auberge de Jeunesse)
Gaelle Tavernier (Prosud)
Joseph Tomassini (Lycée des Arts et Métiers)
Giovanni Trono (Music LX)
Anna Urwald (Service Ecologique)
Daisy Wagner (Service Développement urbain)
Karen Zadra (Itondo)
Olivier Zéphir (Technoport)
Emma Zimer (Facilitec)
Pol Zimmermann (Centre d'accueil Ellergronn)





www.esch.lu

paolo sacchetti design