

LE LUXEMBOURG VU DE L'ÉTRANGER

Table ronde du 29 février 2012

AGENDA DE LA CONFÉRENCE

- Mot de bienvenue. **Mme Tania BERCHEM**
- La perception actuelle du Luxembourg. **M. Bob WETZEL**
- Table ronde : L'image du Luxembourg, quels enjeux pour l'avenir ? **M. Jürgen STOLDT et 5 invités**
- Mot de clôture. **Mme Tania BERCHEM**
- Cocktail offert par la Chambre de commerce.

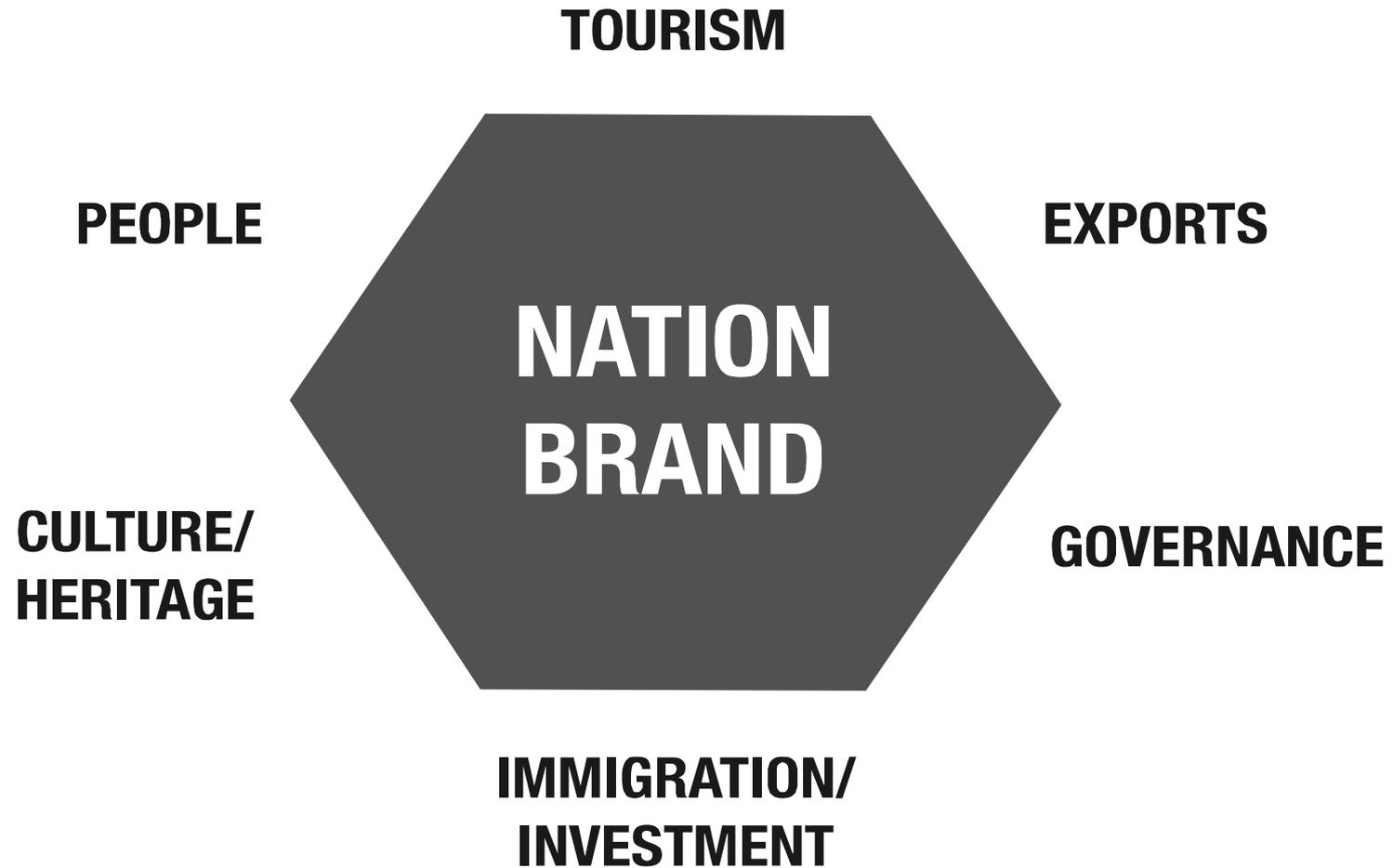
Réalisée par Simon Anholt – GfK Roper / New York

ÉTUDE « NATION BRANDS INDEX »

Étude « Nation Brands Index »

- Participation du Luxembourg en **2010**
- **50** pays participants
- **20 000** adultes interrogés dans **20** pays
- Publication réalisée sous forme d'un **classement**
- Etude basée sur la **perception**
- Image des pays évaluée sur base de **6** dimensions

Méthodologie de l'étude



Principaux résultats de l'étude

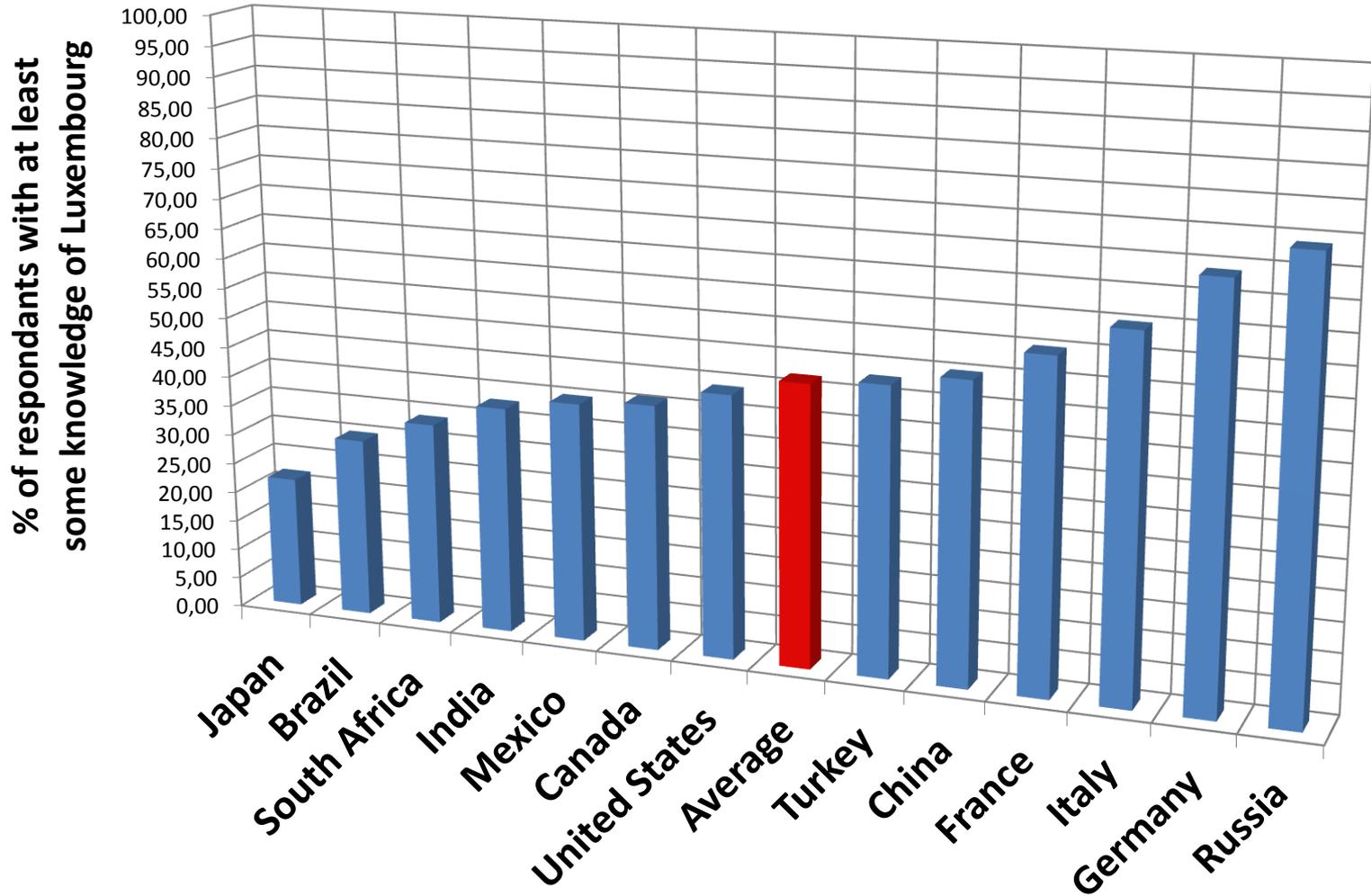
- Le Luxembourg se classe en 22^e position sur 50 pays
- Bonne notoriété du Luxembourg en Europe, mais faible dans le reste du monde – avec quelques exceptions
- Lien positif entre la notoriété du Luxembourg et l'attitude favorable des personnes interrogées

Le Luxembourg vu de l'étranger

RÉGION / PAYS	RANG
Afrique / Moyen-Orient	32
Europe	<u>20</u>
Asie-Pacifique	26
Amérique du Nord	21
Russie	21
Amérique du Sud	26

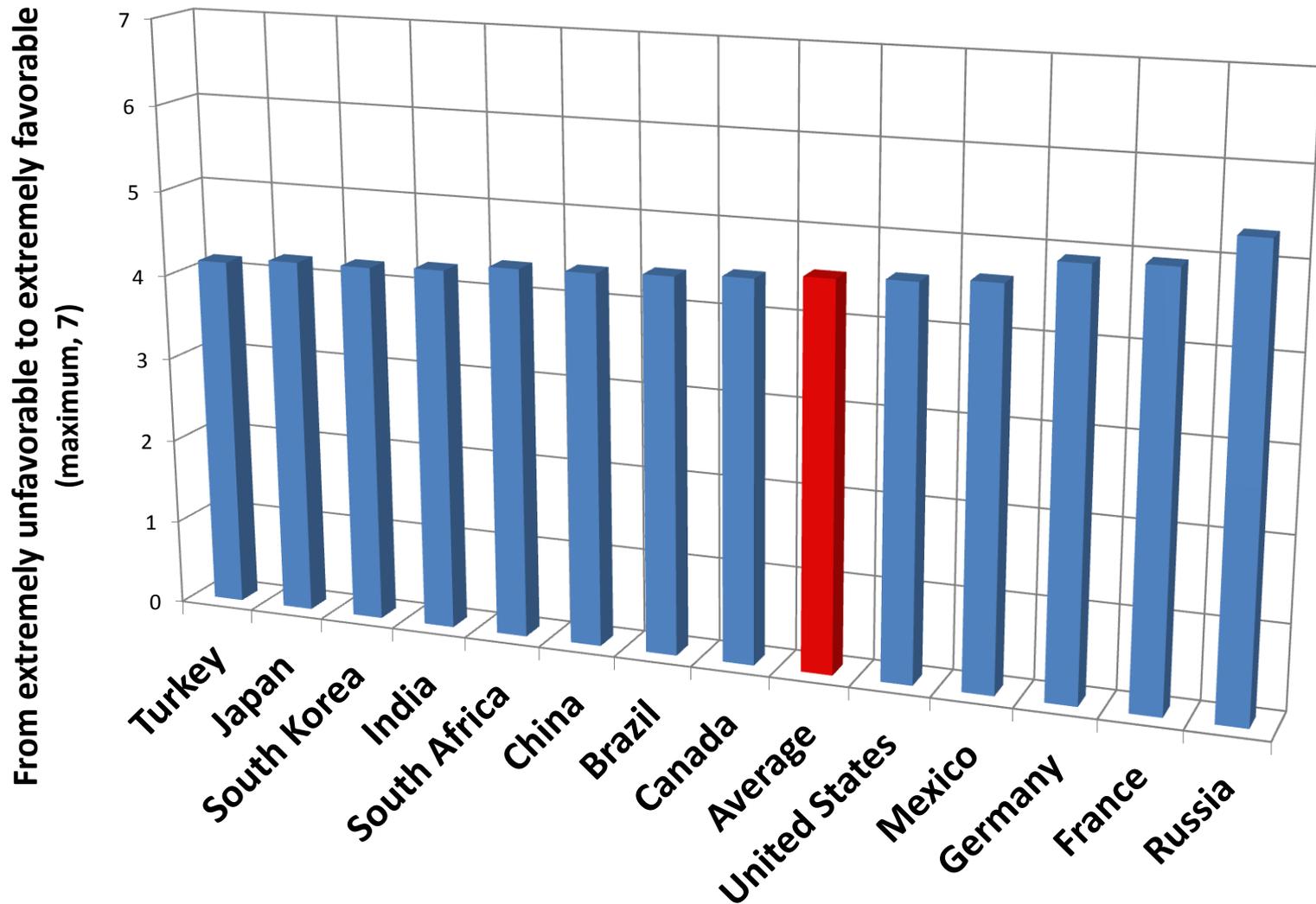
Source: Étude « Nation Brands Index »
réalisée par Simon Anholt – GfK Roper / New York

Familiarité



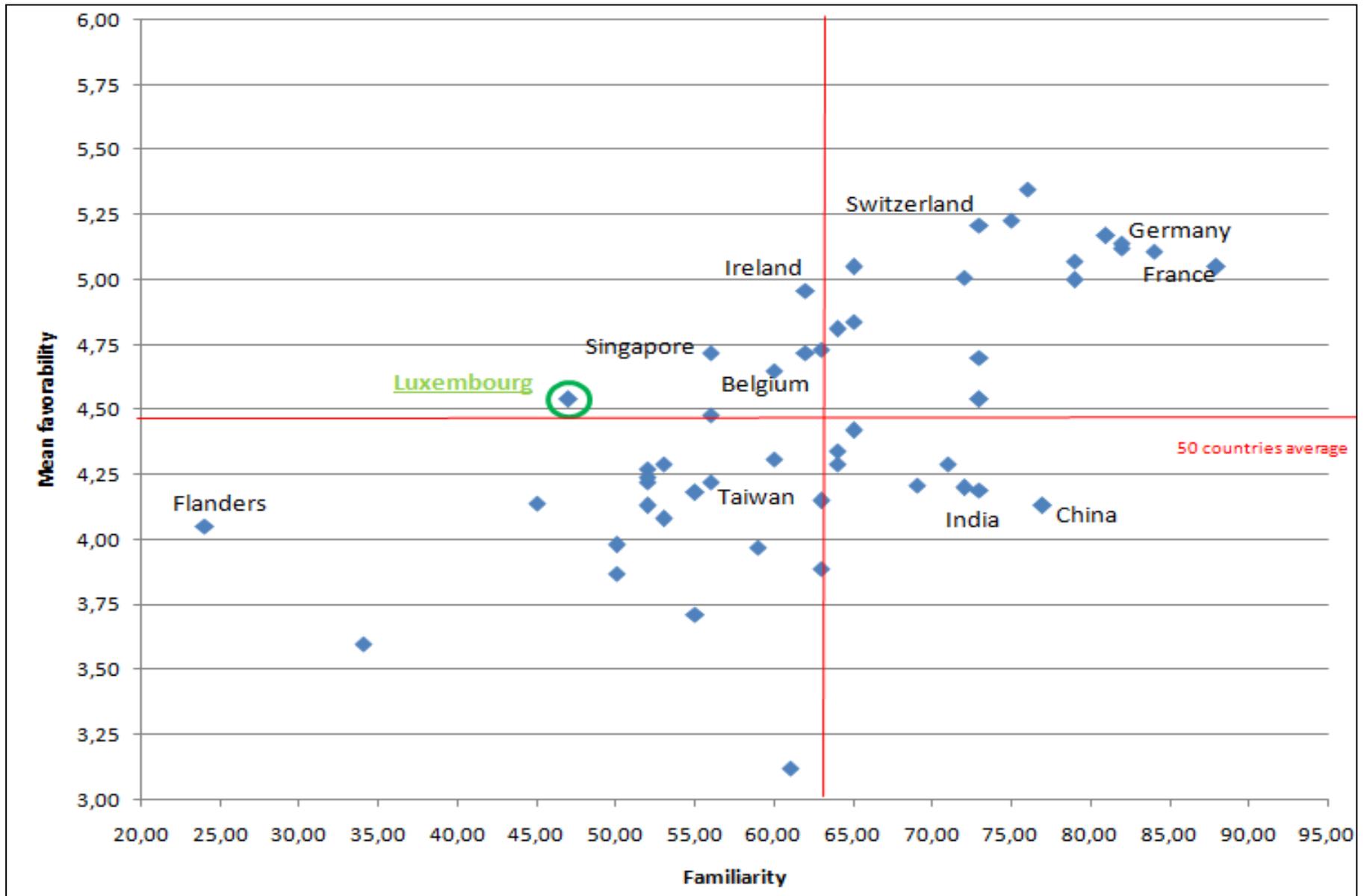
"Familiarity" - what knowledge do people have about Luxembourg in the panel countries? (extracts)

Favorabilité



"Favorability" - how do people see Luxembourg in the panel countries? (extracts)

The more you know it, the more you like it



Commentaires de Simon Anholt

“Whatever Luxembourg has been doing in the past has not been sufficient to make it world famous”

“The classic error is to assume that this is only due to a lack of marketing & communication expenditure”

“Countries are judged by what they do and what they make, not by what they say about themselves”

Réalisée par QUEST Market Research / Luxembourg

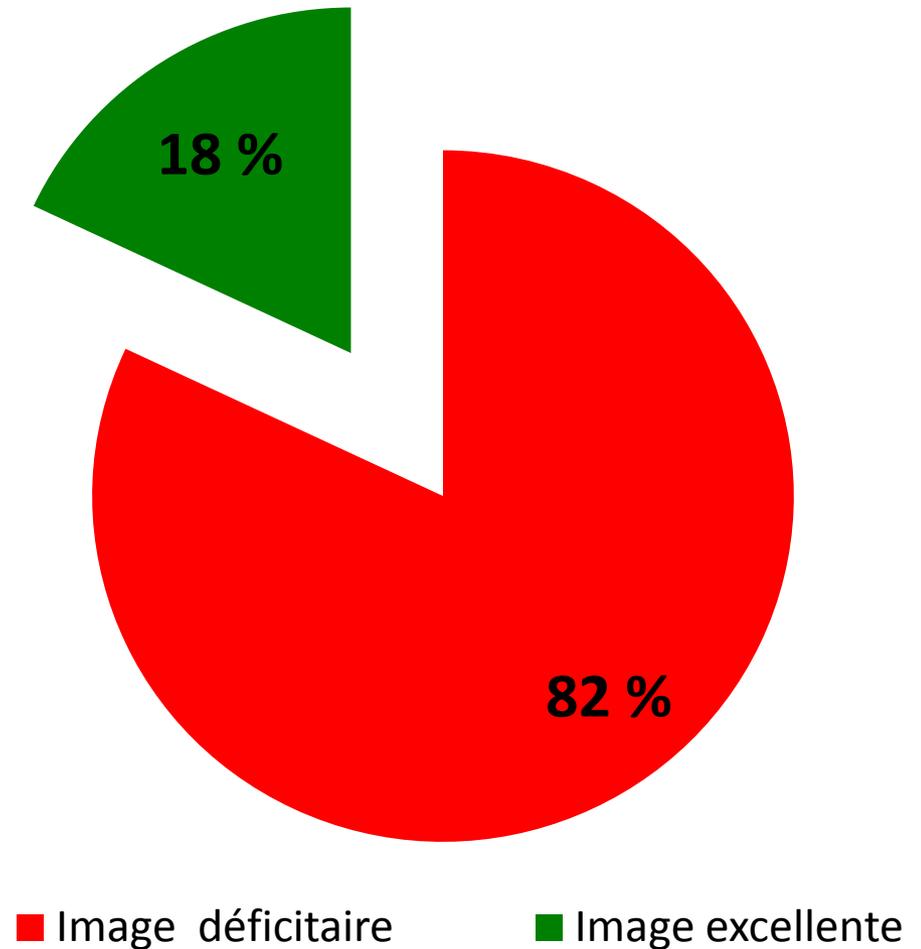
SONDAGE « IMAGE DU LUXEMBOURG »

Sondage « Image du Luxembourg »

- Réalisé du **18 octobre au 17 novembre 2011**
- **554** réponses sur 1 200 personnes sollicitées
- **Décideurs et acteurs** au Luxembourg et à l'étranger, qui ont un **lien avec le Luxembourg**
- Résultats basés sur la **perception**

Plus de 80 % pensent :

- que le Luxembourg a des défauts de perception
- qu'il faut y remédier et agir de manière concertée



La réputation d'un pays, un atout-clé :

- pour être respecté au niveau international = **86 %**
- pour attirer des investisseurs = **85 %**
- pour attirer des talents = **75 %**
- pour développer le tourisme = **71 %**
- pour soutenir les exportateurs = **68 %**
- ...

Associations positives avec le Luxembourg :

- qualité de vie élevée = **235** citations
- pays international et multilingue = **173** citations
- patrimoine (naturel / historique) attrayant = **125** citations
- paix sociale et stabilité politique = **108** citations
- ...
- centre financier international = **71** citations
- compétitivité économique = **22** citations

Associations néglatives avec le Luxembourg :

- paradis fiscal et secret bancaire = **176** citations
- pays trop petit pour être attrayant = **162** citations
- pays conservateur, provincial et bourgeois = **118** citations
- coût de vie élevé au Luxembourg = **100** citations
- ...
- pays égocentrique, égoïste et opportuniste = **77** citations
- système d'éducation et main-d'œuvre = **17** citations

Les contributions fortes à notre « image » :

- stabilité politico-sociale = **76 %**
- multilinguisme de la population active = **74 %**
- qualité de vie élevée = **73 %**
- situation économique favorable = **73 %**
- rôle de conciliateur politique en Europe = **57 %**
- fiscalité avantageuse du pays = **54 %**
- ...

Les contributions faibles à notre « image » :

- 1 % du PIB affecté à l'aide au développement = **76 %**
- programmes de recherche et développement = **75 %**
- principes généraux de gouvernance = **71 %**
- qualification de la main-d'œuvre = **65 %**
- patrimoine naturel, historique, culturel = **64 %**
- niveau de nos infrastructures techniques = **61 %**
- ...

Principaux résultats du sondage :

- l'image d'un pays est un atout très important
- le Luxembourg souffre de défauts de perception
- l'image de notre pays profite des forces bien identifiées
- notre pays a des atouts non exploités en termes d'image
- un plan d'action concerté est souhaité par les personnes sondées

TABLE RONDE

« L'image du Luxembourg, quels enjeux pour l'avenir? »

TABLE RONDE animée par Monsieur Jürgen STOLDT

Participants :

- Madame **Martine SCHOMMER**
Ambassadeur du Luxembourg en Allemagne
- Monsieur **Marcel GOERES**
Président du Groupe Goeres
- Monsieur **Georges LENTZ**
Administrateur-délégué de la Brasserie Bofferding
- Monsieur **Philippe DEPOORTER**
Secrétaire général de la Banque de Luxembourg
- Monsieur **Serge TONNAR**
Artiste

MOT DE CLÔTURE
par Tania BERCHEM

INVITATION AU COCKTAIL
offert par la Chambre de commerce