

**TNS ILRES**



## **Nation Branding – sondages auprès de la population résidente et des travailleurs frontaliers**

Enquête réalisée  
par **TNS Ilres** en oct.–nov.  
2014 pour le compte du  
Comité interministériel  
et interinstitutionnel  
Nation Branding



**Conférence de presse – 23.01.2015**

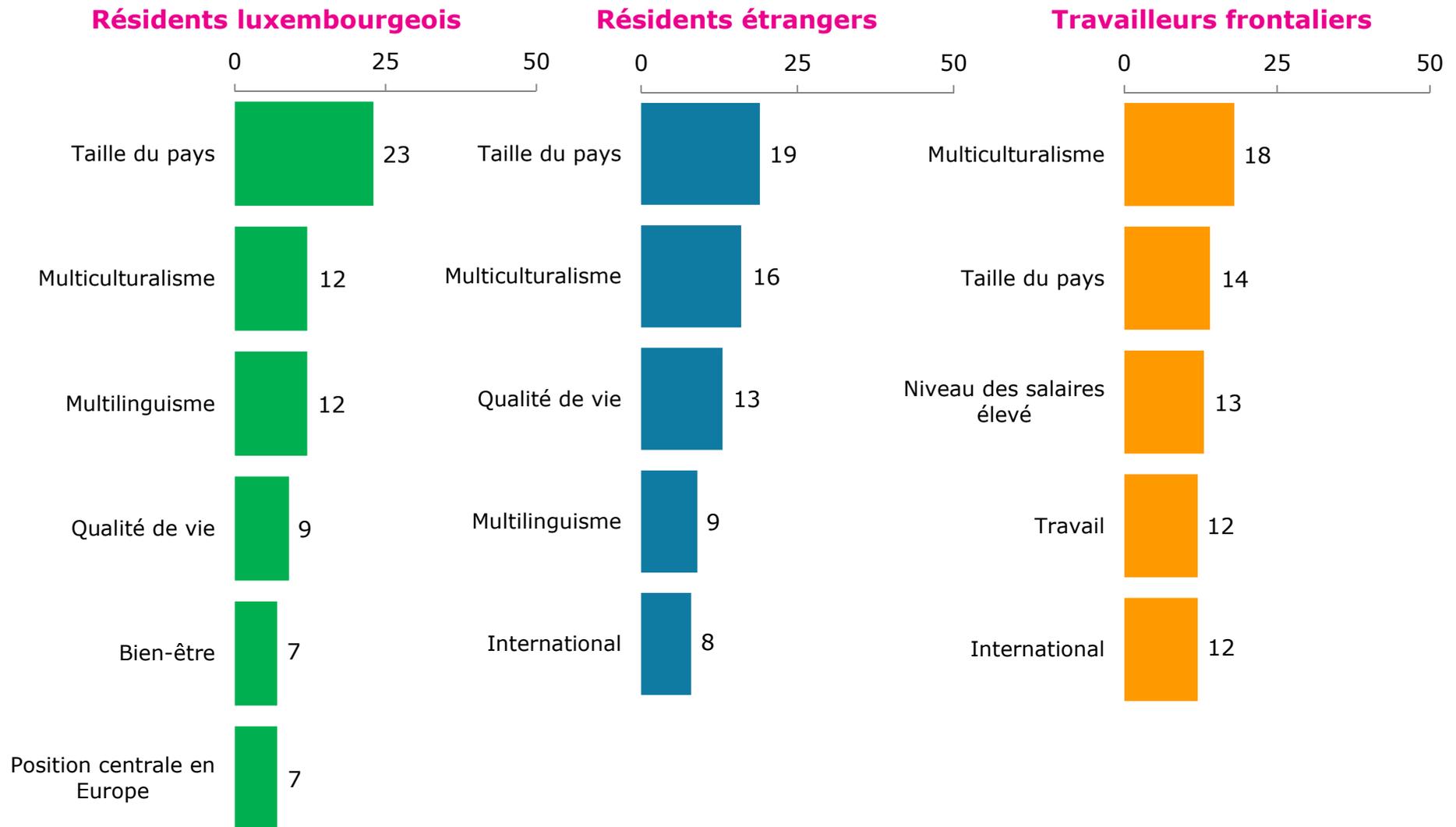


Nation Branding – sondage auprès de la population résidente et des travailleurs frontaliers -  
Enquête réalisée par TNS Ilres en octobre – novembre 2014

© TNS 2014



# Caractère unique (eenzegarteg) du Luxembourg – TOP 5



Nation Branding – sondage auprès de la population résidente et des travailleurs frontaliers -  
Enquête réalisée par TNS Ilres en octobre – novembre 2014

© TNS 2014



# Les **forces** du Luxembourg sont ...

## Résidents luxembourgeois

- ✓ Multilinguisme **86%**
- ✓ Soins médicaux, Sécurité sociale **83%**
- ✓ Nature **81%**
- ✓ L'offre dans le domaine de la gastronomie **78%**
- ✓ Propreté **76%**
- ✓ Place financière **74%**
- ✓ Offre loisir **72%**
- ✓ Offre culturelle **72%**
- ✓ Multiculturalisme **68%**
- ✓ Connexions avec villes à l'étranger **61%**
- ✓ Taille du pays **57%**
- ✓ Sécurité **53%**
- ✓ Infrastructures TIC **51%**
- ✓ Offre de magasins **42%**
- ✓ Possibilités de sortir **41%**

## Résidents étrangers

- ✓ Multilinguisme **89%**
- ✓ Nature **88%**
- ✓ Multiculturalisme **86%**
- ✓ Propreté **85%**
- ✓ Soins médicaux, Sécurité sociale **81%**
- ✓ Offre loisirs **74%**
- ✓ Place financière **73%**
- ✓ Sécurité **73%**
- ✓ L'offre dans le domaine de la gastronomie **71%**
- ✓ Offre culturelle **64%**
- ✓ Proportion d'étrangers **64%**
- ✓ Connexions avec villes à l'étranger **63%**
- ✓ Transports publics **61%**
- ✓ Taille du pays **56%**
- ✓ Système fiscal **55%**

## Travailleurs frontaliers

- ✓ Multilinguisme **94%**
- ✓ Multiculturalisme **88%**
- ✓ Propreté **87%**
- ✓ Nature **82%**
- ✓ Place financière **82%**
- ✓ Part de frontaliers **82%**
- ✓ Soins médicaux, Sécurité sociale **80%**
- ✓ Système fiscal **75%**
- ✓ Offre loisirs **72%**
- ✓ Connexions avec villes à l'étranger **71%**
- ✓ Sécurité **71%**
- ✓ Offre culturelle **69%**
- ✓ L'offre dans le domaine de la gastronomie **66%**
- ✓ Offre de magasins **65%**
- ✓ Transports publics **63%**

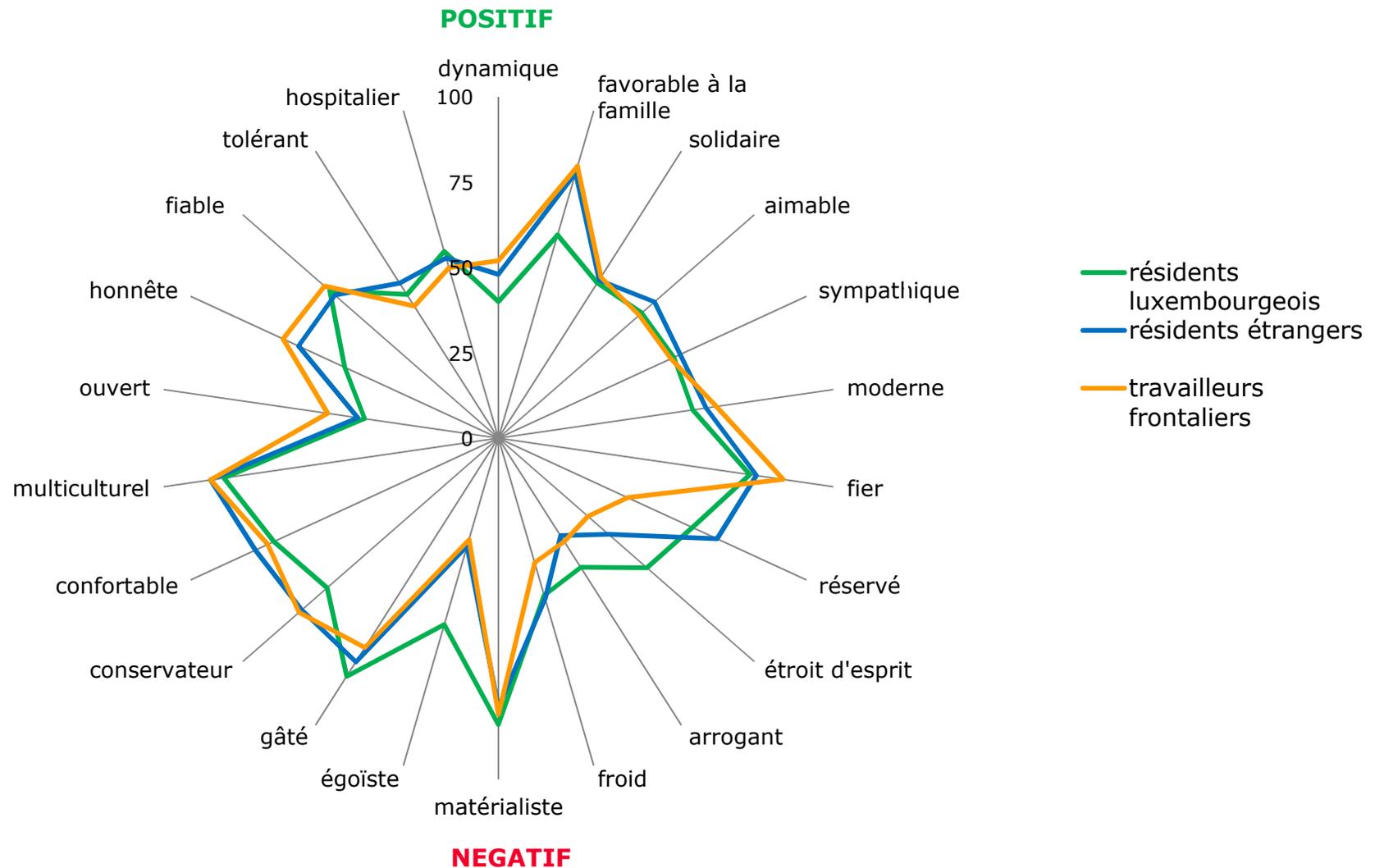


Nation Branding – sondage auprès de la population résidente et des travailleurs frontaliers -  
Enquête réalisée par TNS Ilres en octobre – novembre 2014

© TNS 2014

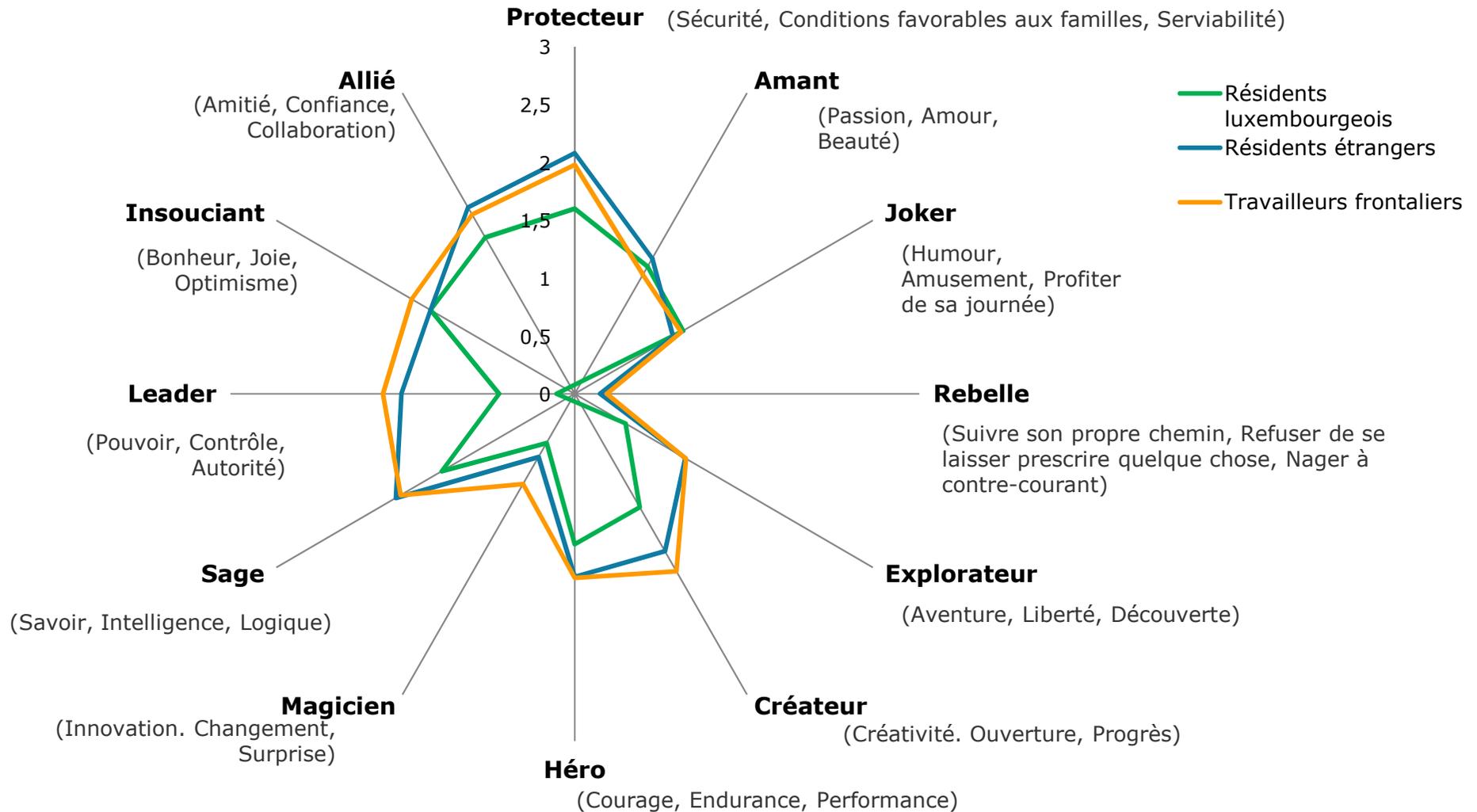


# Les caractéristiques des habitants du Luxembourg



# Profil du Luxembourg

Indice de correspondance allant de -3 (ne correspond pas) à 3 (correspond)



Nation Branding – sondage auprès de la population résidente et des travailleurs frontaliers - Enquête réalisée par TNS Ilres en octobre – novembre 2014

© TNS 2014

