

Opération séduction postcrise

La Chambre de commerce et PwC ont présenté hier une nouvelle brochure de promotion du pays, qui insiste, crise oblige, sur la diversification économique.

«Luxembourg : where else?», c'est le titre pour le moins accrocheur de la nouvelle brochure de promotion de l'économie du pays, réalisée par PricewaterhouseCoopers Luxembourg (PwC) et la Chambre de commerce. Plus pragmatique et plus tourné vers l'avenir que les autres années, le document, accompagné de supports multimédias, met l'accent sur la diversification.

De notre journaliste
Delphine Dard

En matière d'économie, il y avait la promotion du Luxembourg d'avant la crise, c'est-à-dire axée sur la place financière, il y a aujourd'hui la promotion du Luxembourg postcrise, axée sur la diversification de l'économie.

«Le meilleur moyen de sortir de la crise, c'est de relancer l'économie. La place financière, et ses fonds d'investissement, va rester très importante, mais il faut aussi montrer que le Luxembourg est tourné vers le futur et mise sur d'autres secteurs qui contribueront à rendre le pays moins dépendant à son égard», a précisé hier Didier Mouget, le managing partner de PwC Luxembourg, qui a réalisé cette nouvelle brochure de promotion du Grand-Duché, en coopération avec la Chambre de commerce du Luxembourg.



Une brochure pragmatique

Cette brochure, qui insiste sur la nouvelle politique gouvernementale en matière d'économie misant sur les pôles d'excellence dans différents secteurs, a pour but de convaincre des entreprises étrangères de choisir le Luxembourg pour s'installer. Le document ne sera pas seulement édité en anglais et en allemand, des versions chinoise, russe ou encore arabe sont à l'étude pour mieux «vendre»

Le Grund fait partie des atouts touristiques du pays qui peuvent aussi séduire les entreprises étrangères.

le Luxembourg dans un contexte mondial fortement concurrentiel, où chaque pays veut se redresser au plus vite.

Cette nouvelle stratégie de promotion, qui se veut plus pragmatique, fait aussi la part belle aux témoignages d'entrepreneurs tels que les patrons de SES ou Delphi, au travers d'un film de promotion de

cinq minutes, qui a vocation à être distribué dans le monde entier.

Pour toucher le plus d'acteurs possibles, PwC et la Chambre de commerce ont misé sur une stratégie multimédia qui doit faciliter la vie de ceux qui cherchent à s'installer ici. Ainsi, sur le site www.setupineurope.com les investisseurs peuvent même faire une simulation de

coût de fonctionnement au Luxembourg. La brochure s'attache enfin à mieux faire connaître le pays. En effet, pour attirer des investisseurs, il ne suffit pas de leur présenter l'environnement économique, le cadre de vie joue aussi un rôle important, c'est pourquoi la brochure présente les points d'attraction culturels et touristiques du pays.