

## ATTRACTIVITE Choisir le Luxembourg



Didier Mouget (PwC Luxembourg): «Nous sommes en situation de concurrence entre Etats pour l'implantation des entreprises.»  
(Photo: David Laurent/Archives paperJam)

Par Nicolas Raulot, publié le 14.09.2009

**La Chambre de Commerce et PricewaterhouseCoopers lancent une nouvelle campagne de promotion de la marque Luxembourg sur le thème «where else?». Objectif: attirer les entreprises.**

La diversification économique n'est plus un simple slogan. Avec la crise et la remise en cause du secret bancaire, il s'agit désormais d'une nécessité dont le gouvernement doit accélérer la mise en œuvre, ne serait-ce que pour stabiliser les recettes de l'Etat. C'est dans cette logique que s'inscrit la nouvelle communication en anglais orchestrée par la Chambre de Commerce et PricewaterhouseCoopers (PwC) sur le thème: «Luxembourg, where else?».

Déjà associés sur le terrain de la promotion du Luxembourg à l'étranger, les deux établissements redoublent d'efforts afin de convaincre les entreprises de choisir le Grand-Duché pour y exercer leurs activités (établissement d'un quartier général, développement d'un centre de R&D ou d'activités financières, création d'un site de production...).

### **Une brochure, une vidéo, un site**

La campagne repose sur trois piliers:

1/une brochure d'une cinquantaine de pages;

2/une vidéo comprenant plusieurs témoignages et retours d'expériences d'entrepreneurs (SES, Paypal, Dupont...) et de Jeannot Krecké, ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur;

3/un site dédié [www.setupineurope.com](http://www.setupineurope.com) reprenant les contenus de la brochure et du film et intégrant un outil de calcul comparatif des coûts d'implantation par pays. «Nous sommes en situation de concurrence entre Etats pour l'implantation des entreprises. C'est d'autant plus vrai en période de crise. Ce type de calcul permet souvent au Luxembourg de figurer dans la short list des pays retenus et au final d'être sélectionné, en particulier grâce à la stabilité de son système fiscal», justifie Didier Mouget, managing partner de PwC Luxembourg.

«La brochure permet de découvrir l'étendue des synergies possibles pour mener à bien un projet au Luxembourg et profiter d'opportunités en matière de recherche, d'innovation ou de financement d'activités», commente Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce. «Sont également évoquées toutes les mesures gouvernementales en faveur du développement de l'économie luxembourgeoise et l'établissement de clusters et centres d'excellence aussi prometteurs que la place financière, les biotechnologies, les technologies de l'information, la logistique et les éco-technologies.»

S'il faut se réjouir de cette initiative et du contenu détaillé de la brochure, on regrettera néanmoins l'argumentaire parfois un peu convenu de la vidéo. On peut aussi déplorer qu'ArcelorMittal en soit absent, au même titre que quelques grands noms issus des économies émergentes (Bank of China...) à même d'attirer leurs compatriotes de pays à forte croissance.