



LU

**Le petit livre
de la Promotion
de l'image
de marque**

XEM

BOU

RG

CONCEPTS

APPLICATIONS

LMIH



Ce petit livre vise à vous présenter de manière simple et synthétique les principaux concepts et outils* de la Promotion de l'image de marque du Luxembourg.

Pour tout complément d'information, rendez-vous sur le site :

[LMIH.lu](https://www.lmiH.lu)

*issus de la Stratégie de Promotion de l'image de marque, validée le 2 juin 2021 par le Conseil de gouvernement.

SOM MAI RE

INTRODUCTION

01 CONCEPTS

OBJECTIF

VISION

VALEURS

PRIORITÉS

NARRATIF

02 APPLICATIONS

MESSAGES

VISUELS

RÉSEAUX SOCIAUX

SUPPORTS

ÉVÉNEMENTS

PRODUITS

03 COMMUNAUTÉ LMIH



Dans le monde, le Luxembourg demeure encore, pour certains, une terre inconnue et, pour d'autres, une idée préconçue.

Pourtant, lorsque l'on connaît l'histoire du Luxembourg, que l'on sait son engagement progressiste au niveau européen et international, que l'on réalise la responsabilité et la solidarité dont il fait preuve en termes d'aide au développement et de migration, que l'on lit les stratégies actuelles de ses différents secteurs et que l'on voit les efforts qui sont déployés tous les jours en termes d'initiatives durables et d'engagements sociétaux, il devient évident que le Luxembourg est un pays multiculturel, extrêmement ouvert, dynamique, à l'écoute des besoins du monde, déterminé à aller de l'avant dans le respect des limites écologiques et de l'équité sociale, pour un monde plus durable.

**On se dit qu'il y a le savoir-faire.
Et qu'il y a le faire savoir.**

INTRO



Tous les secteurs ont un rôle à jouer
dans la promotion du Luxembourg.

AGRICULTURE
AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE
CULTURE
CLIMAT
DÉVELOPPEMENT DURABLE
DIGITALISATION
ÉCONOMIE
ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE
ÉDUCATION
ÉGALITÉ FEMMES ET HOMMES
EMPLOI SOLIDAIRE
ENVIRONNEMENT
GRANDE RÉGION
FINANCES
FONCTION PUBLIQUE

INTÉGRATION
INTÉRIEUR
JUSTICE
LOGEMENT
MOBILITÉ
POLITIQUE ÉTRANGÈRE ET DE SÉCURITÉ
PROTECTION DES CONSOMMATEURS
RECHERCHE & INNOVATION
SANTÉ
SÉCURITÉ INTÉRIEURE
SÉCURITÉ SOCIALE
SPORTS
TOURISME
TRAVAIL
TRAVAUX PUBLICS
VITICULTURE

CON

01

CE

Les pages suivantes vous présentent les principaux concepts développés pour une promotion du Luxembourg authentique, cohérente et engageante.

PPTS



O B J E C T I F

Faire connaître et apprécier les valeurs et les visages du Luxembourg.

Pour renforcer la perception positive, dépasser les idées reçues ou tout simplement faire découvrir pour la première fois le Luxembourg à quelqu'un, faisons le connaître plus en profondeur, en faisant la part belle à son authenticité, sa tridimensionnalité, son histoire, son patrimoine, ses valeurs et donc aux actes et aux personnes qui les incarnent.



VISION

La Stratégie de la Promotion de l'image de marque met en lumière ce que le Luxembourg, par-delà ses propres intérêts, peut apporter au monde.

Notre vision est d'asseoir le positionnement du Luxembourg comme un acteur engagé sur la scène internationale, un allié fort dans le cadre d'une croissance durable, un facilitateur d'idées innovantes pouvant contribuer à un monde meilleur.



VALEURS

CE QUE NOUS SOMMES

Avant de pouvoir communiquer sur ses qualités, il faut d'abord savoir les (re)connaître et les formuler.

À travers un large processus participatif qui s'est déroulé entre 2014 et 2015, une réflexion sur les atouts du Luxembourg a permis de dessiner les qualités de notre pays – devenues nos valeurs de référence.

Le pays est ainsi décrit en trois mots : dynamique, ouvert et fiable.



Tout au long de son histoire, le Luxembourg s'est sans cesse réinventé. De pays agricole, il est devenu une puissance industrielle, puis une société de services.

DYNA

Aujourd'hui, il s'engage avec conviction dans des secteurs d'avenir tels que la recherche, les technologies digitales et le secteur spatial.

MI

QUE

Il manifeste le même dynamisme dans la culture, les industries créatives et les initiatives de l'économie solidaire ainsi que de l'économie circulaire.

L'ouverture vers l'extérieur est un élément clé du modèle de société luxembourgeois. Le Luxembourg s'est toujours engagé en faveur d'une Europe unie et ouverte, caractérisée par la tolérance et la solidarité.

OU

VERT

La coopération au développement est l'un des piliers de sa politique extérieure. Carrefour cosmopolite au centre de l'Europe, le Luxembourg est un lieu de rencontre international, un véritable melting-pot de nationalités, de cultures et de langues.

FI Le Luxembourg est un pays
sur lequel on peut compter :

ABLE

un pays économiquement et politiquement stable, un environnement serein, un lieu dans lequel il fait bon vivre. En témoignent la qualité des infrastructures publiques, le système de santé et de sécurité sociale ainsi que le patrimoine environnemental. Cette stabilité se retrouve dans la mentalité de ses citoyens. Ils soignent leurs traditions, cultivent le consensus et privilégient des solutions s'inscrivant dans une logique durable.

Ces trois valeurs de référence constituent l'essence même de notre pays, personnalisé par la figure de

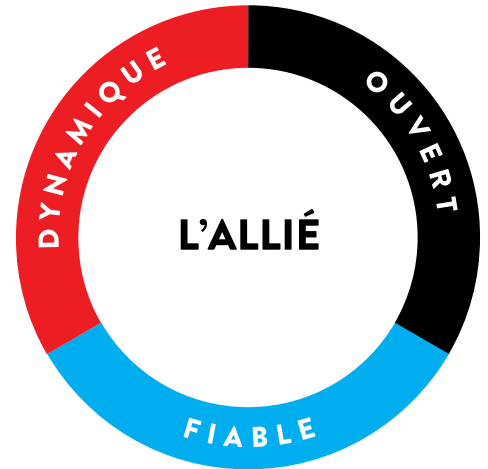
L'ALLIÉ.

MEILLEUR

MONDE

POUR UN

ENSEMBLE





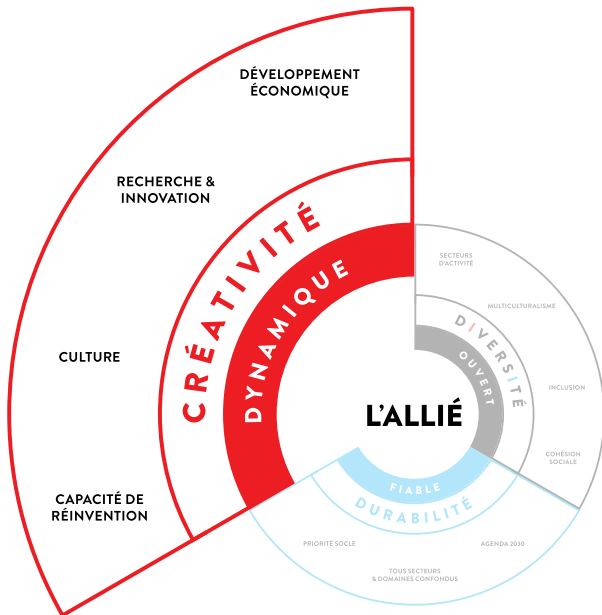
PRIORITÉS

CE QUE NOUS VOULONS

Sur la base de ces valeurs de référence – ce que nous sommes – ont été définies en 2021 trois priorités – ce que nous voulons – ceci afin d'affirmer aux yeux du monde la voie que le Luxembourg désire emprunter et les ressources dans lesquelles il s'engage à investir à l'avenir...

Pour simplifier, dans l'invitation **LET'S MAKE IT HAPPEN**, il s'agit de ce que le Luxembourg entend prioritairement par le mot IT.

Les priorités du Luxembourg sont la créativité, la diversité et la durabilité.



CRÉATIVITÉ

S'appuyant sur la valeur « dynamique », la créativité illustre, d'une part, le développement dynamique de notre économie et de notre société, l'essor de nouveaux secteurs comme la recherche et l'innovation et, d'autre part, la capacité du Luxembourg à se réinventer en permanence.

De plus, la créativité inclut un secteur important qui représente un réel potentiel pour la promotion du Luxembourg à l'étranger, celui de la culture et des industries créatives.



CRÉATIVITÉ

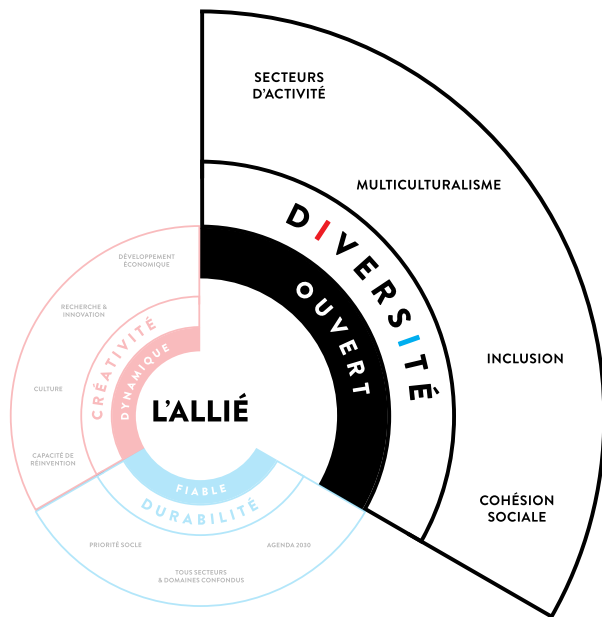


© Sabino Parente

- CULTURE**
- DIGITAL**
- DÉCOUVERTE**
- NOUVELLES TECHNOLOGIES**
- ÉCONOMIE**
- STRATÉGIE**
- ENTREPRISE**
- FORMATION**
- GASTRONOMIE**
- INDUSTRIES CRÉATIVES**
- INITIATIVE**
- INNOVATION**
- DYNAMISME**
- ESPACE**
- RECHERCHE**
- ORGANISATION**

Vous cherchez des exemples,
illustrations et arguments actuels ?

Rendez-vous sur [LMIH.lu](https://www.lmi.lu)



DIVER SITÉ

S'appuyant sur la valeur « ouvert », la diversité se retrouve à travers deux aspects caractéristiques de l'évolution du Luxembourg. Il s'agit, d'une part, de l'aspect économique et financier à travers la diversification de ses secteurs d'activité, services et produits. Dans ce sens, elle est étroitement liée à la créativité du Luxembourg.

D'autre part, il s'agit de la diversité de la population, de la notion de vivre-ensemble, de la cohésion sociale et du principe d'inclusion visant à mettre l'individu en lien avec les autres et à contribuer à garantir l'égalité de ses chances et de ses droits, indépendamment de son origine ethnique, son appartenance culturelle ou religieuse, son statut social, son âge, son orientation sexuelle, sa santé ou son handicap.



DIVERSITÉ

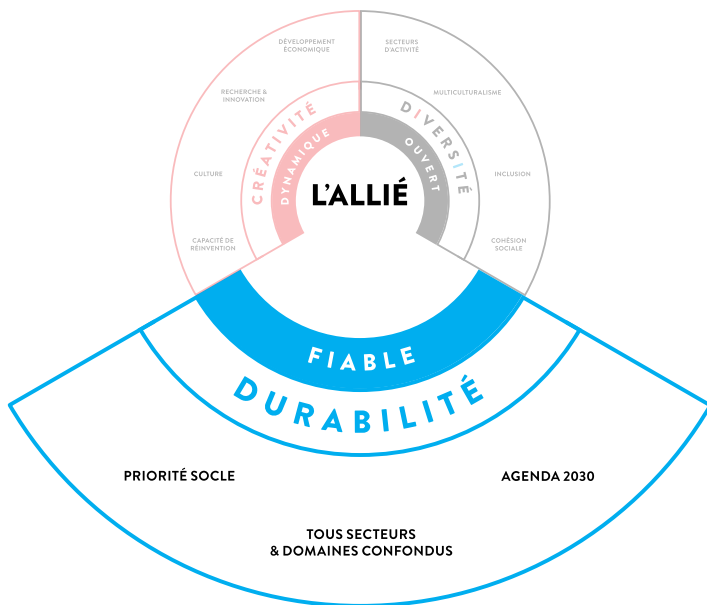


© Pils Reding / Rosa Lëtzebuerg a.s.r.l.

- INCLUSION**
- COHÉSION**
- EUROPE**
- HAPPINESS INDEX**
- INTÉGRATION**
- COOPÉRATION**
- VIVRE-ENSEMBLE**
- SOLIDARITÉ**
- RESPECT**
- ÉCHANGE**
- MULTICULTURALISME**
- DÉCOUVERTE**
- DIVERSIFICATION**
- MULTILINGUISME**
- TOLÉRANCE**
- DÉVELOPPEMENT**
- OUVERTURE**

Vous cherchez des exemples,
illustrations et arguments actuels ?

Rendez-vous sur LMIH.lu



DURABILITÉ

S'appuyant sur la valeur « fiabilité », la durabilité est la priorité-socle du Luxembourg. Elle s'articule à travers tous les secteurs, de la coopération à la finance en passant par la défense. Elle traduit aussi l'engagement de notre pays à contribuer de manière concrète à la réalisation des 17 objectifs de développement durable établis par les 193 États membres des Nations Unies et inscrits dans l'Agenda 2030.



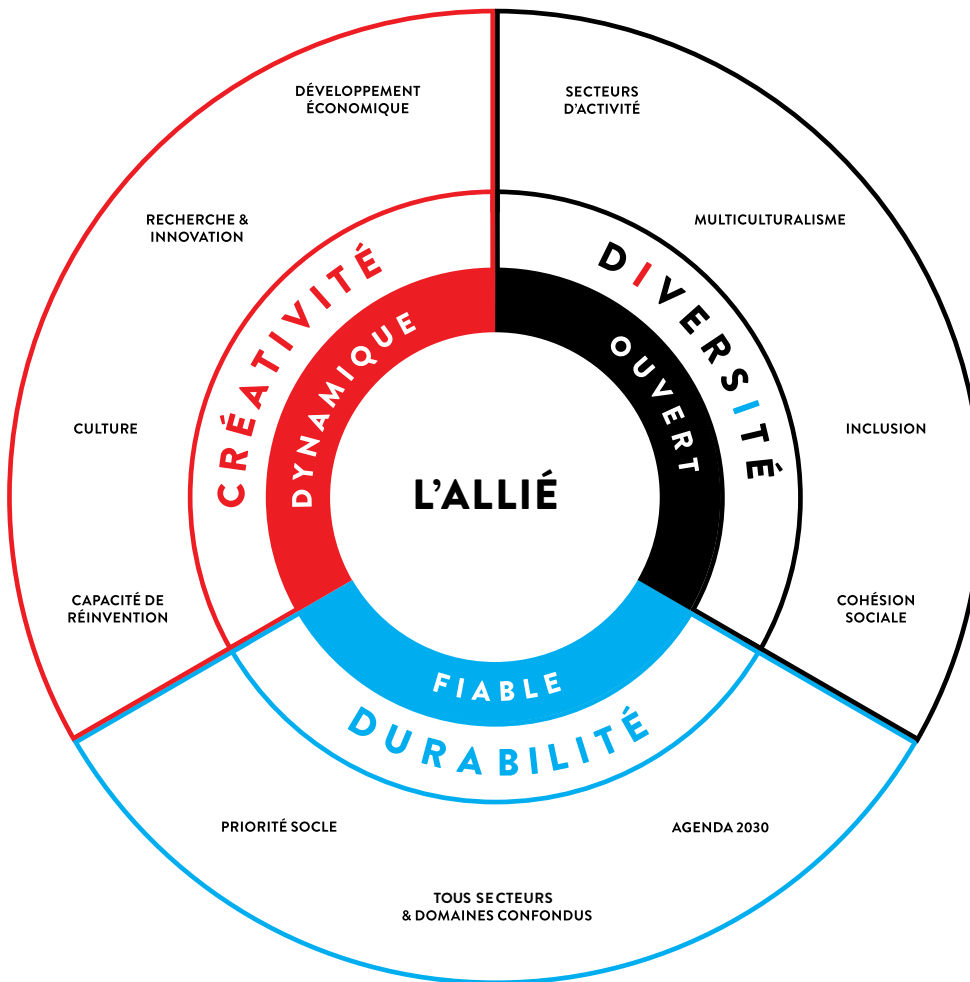
DURABILITÉ



CIRCULARITÉ
TRANSITION ÉCOLOGIQUE
ÉDUCATION
BIEN-ÊTRE
ENVIRONNEMENT
PATRIMOINE
QUALITÉ DE VIE
NATURE
DROITS DE L'HOMME
FIABILITÉ
RÉSILIENCE
STABILITÉ
FINANCE VERTE
RECHERCHE
INVESTISSEMENT
MOBILITÉ

Vous cherchez des exemples,
illustrations et arguments actuels ?

Rendez-vous sur [LMIH.lu](https://lmih.lu)





NARRATIF

COMMENT NOUS RACONTER ?

Pensé comme une présentation permettant de relier tous les acteurs de la promotion du Luxembourg tout en laissant à chacun assez d'espace pour s'y inscrire avec ses propres spécificités sectorielles, le narratif permet de raconter le pays à la lumière de ses valeurs et de ses priorités.

Trait d'union entre hier et demain, il prend racine dans notre culture, connecte entre elles les différentes caractéristiques de notre identité et nous permet d'exprimer notre vision d'avenir.

Il s'appuie directement sur nos trois priorités : **créativité – diversité – durabilité.**



La nécessité d'un positionnement authentique, l'importance des *soft factors* (connectivité, langues, écoles, activités, etc.), l'empreinte de l'histoire sur notre développement identitaire et les grandes questions sociétales et environnementales actuelles nous font puiser ce narratif dans les origines de la population du Luxembourg. Or, ce qui a toujours caractérisé le Luxembourg, c'est son rapport à la terre...

L'APPROCHE DU CULTIVATEUR caractérise le

LUXEMBOURG **TERRE DE CULTURE(S)**

Longtemps, le Luxembourg a été majoritairement constitué d'agriculteurs et d'éleveurs. Gérant leurs exploitations dans des conditions difficiles, souvent précaires, ces travailleurs de la terre ont développé une approche bien spécifique, mélange de pragmatisme et de capacité d'adaptation, que nous appelons **l'approche du cultivateur**. C'est grâce à cette approche que le pays, faisant preuve de réactivité et de flexibilité, a su se réinventer à plusieurs reprises au cours de son histoire et n'a pas hésité à s'ouvrir à l'immigration pour se développer et se renforcer, devenant ainsi une terre de culture et des cultures.



L'approche du cultivateur, qui s'applique
toujours au Luxembourg d'aujourd'hui,
peut se résumer à une idée maîtresse :

**AU LUXEMBOURG,
TOUTES LES
CONDITIONS SONT
RÉUNIES POUR
QU'UNE PERSONNE,
UN PROJET OU
UNE ENTREPRISE
PUISSENT PRENDRE
RACINE ET S'Y
DÉVELOPPER
DURABLEMENT.**

**LUXEMBOURG:
WHERE PEOPLE,
PROJECTS AND
COMPANIES FIND
FERTILE GROUND
TO TAKE ROOT
AND DEVELOP
SUSTAINABLY.**



Ce narratif peut être utilisé de façon modulaire, à travers une perspective axée sur le passé, une autre sur le présent et une troisième sur le futur, en fonction des besoins définis par les secteurs. À titre indicatif, voici des aspects que l'on pourra plutôt développer selon l'accent temporel souhaité :

PAS SÉ

La terre de culture
L'histoire et le patrimoine
Le pays de cultivateurs

Le lieu de culture commune
Le sol, la sidérurgie, la finance,
la diversification
La capacité à toujours se réinventer
La terre d'accueil de migrations

PRÉ SENT

La terre de cultures commune
La créativité des secteurs et services
L'esprit d'entreprise
La diversité des acteurs du pays

L'acteur responsable et solidaire
sur la scène internationale
La transition vers un monde plus durable
Le multiculturalisme et la cohésion sociale

FU TU R

Un monde plus durable
La vision de résilience
La solidarité en marche

L'innovation au service
du bien-être collectif
Le modèle d'une société
inclusive et égalitaire
Le facilitateur d'idées innovantes
pour un monde meilleur



APP

02

Dans cette partie, nous mettons à votre disposition des exemples de messages et de visuels ainsi que des conseils pour vous faciliter la création de contenu de promotion pour votre secteur.

LLICA TIONS



MES SAG ES

Ici vous trouverez des exemples de *storytelling*, d'expressions et de slogans à utiliser tels quels ou à retravailler selon vos besoins.



STO RY

Récit conçu pour promouvoir une idée, susciter l'attention et convaincre avant tout par l'émotion, le *storytelling*, proposé ici à travers une série d'exemples, vous montre comment le narratif de l'approche du cultivateur peut être décliné en fonction de votre secteur d'activité.

TEL LING

For Luxembourg, growth is a mindset, not a measure of more. Luxembourg's grower's spirit derives from the farmers who first cultivated the country.

That mindset translates into a welcoming ground for innovators to dig in and grow out.

Built by diversity, Luxembourg is busy reimagining a today that sustains us tomorrow.



SOCIÉTÉ

Ce n'est que difficilement que les premiers habitants de la région du Luxembourg vivaient de leurs ressources. Au fil des années, si le pays se mit à prospérer, c'est avant tout grâce à son état d'esprit...

Fondement de la population luxembourgeoise dans un monde en rapide évolution, ces agriculteurs durent en effet intégrer l'importance de l'adaptabilité, de l'agilité et de la prévoyance.

Repoussant les limites du possible, saisissant de nouvelles occasions d'apprendre et d'innover, ils réussirent à réinventer la société à laquelle ils appartenaient pour surmonter l'adversité et atteindre de nouveaux pics de progrès.

De nos jours, l'approche du cultivateur perdure et caractérise toujours le Luxembourg d'aujourd'hui. Son héritage se combine à l'unique diversité de cultures venues renforcer ses rangs et enrichir une société du vivre-ensemble dans un pays en perpétuel mouvement, où il fait bon vivre.

SOCIETY

The people of the Luxembourg region lived off their resources with great difficulty in the early days. Over the years, the country's prosperity has been due primarily to its spirit...

By embracing the importance of adaptability, agility and foresight, these farmers lay the foundation of the emerging Luxembourg population in a fast-changing world.

Pushing the boundaries of what was possible, seizing new opportunities to learn and innovate, they succeeded in reinventing their society to overcome adversity and achieve new peaks of progress.

Today, this grower's mindset is still alive and characteristic of Luxembourg. Its legacy is enriched by a unique diversity of cultures that have taken root here and perpetually keep this country in motion, creating a good life for everyone.



ÉCONOMIE

À l'origine de notre paysage économique, les premiers cultivateurs du Luxembourg, confrontés à des conditions climatiques changeantes et à des récoltes irrégulières, avaient compris l'importance de la prévoyance.

Réinventant et adaptant leurs pratiques, ils réussirent, non seulement à étendre leurs domaines d'activités, mais aussi à développer une approche bien spécifique, mélange de prospective, de pragmatisme et de flexibilité. Cet état d'esprit, qui a perduré par-delà les époques, de l'ère sidérurgique à celle des services, nous l'appelons « l'approche du cultivateur ».

Aujourd'hui, la diversification de notre économie passe par une politique de « multi-spécialisation » des secteurs de l'industrie, des écotecnologies, y compris l'économie circulaire et la mobilité intelligente, des technologies de la santé, des technologies spatiales, des technologies et services financiers, ainsi que de la logistique, s'appuyant sur les technologies de l'information et de la communication comme moteurs horizontaux de l'innovation.

Facilitateurs d'idées novatrices pour un monde meilleur, nous cultivons demain, ici et maintenant. Avec vous.

ECONOMY

At the origin of our economic landscape, the first Luxembourg farmers, faced with changing climatic conditions and irregular harvests, understood the importance of foresight.

Reinventing and adapting their practices, they succeeded not only in expanding their fields of activity but also in developing a very specific approach, a mixture of foresight, pragmatism and flexibility. This mindset, which has lasted through the ages, from the steel era to the service era, is what we call the “grower’s mindset”.

Today, the diversification of our economy requires a policy of “multi-specialisation” in industry, environmental technologies, including the circular economy and smart mobility, health technologies, space technologies, financial services and FinTech, and logistics, relying on information and communication technologies as horizontal drivers of innovation.

As facilitators of innovative ideas for a better world, we cultivate tomorrow, here and now. With you.



RECHERCHE

Forces vives du Luxembourg d'antan, les cultivateurs ont insufflé à la société luxembourgeoise l'ingéniosité et l'adaptabilité qui régit aujourd'hui encore ses champs d'action.

Facilitateur de rencontres au cœur de l'Europe, le pays est devenu un laboratoire à ciel ouvert où étudiants, chercheurs et entrepreneurs se côtoient dans un écosystème à taille humaine.

Avec le budget de recherche publique qui croît le plus rapidement en Europe, nos organismes de recherche offrent des infrastructures ultramodernes pour mener des travaux de haut niveau, dans un esprit de coopération toujours plus fort avec le secteur privé et l'ensemble des autorités publiques.

En effet, pour nous, la recherche est un moteur puissant pour contribuer à la vision 2050 d'un monde résilient, et ceci grâce à des investissements ciblés dans quatre grands domaines de recherche prioritaires : la transformation industrielle et des services, le développement durable et responsable, la santé personnalisée et l'éducation du 21^e siècle.

Plus que jamais, le Luxembourg saisit les opportunités illimitées d'innovation qui s'offrent à lui. Ainsi, l'approche du cultivateur perdure et nous permet d'aller constamment de l'avant.

RESEARCH

As the driving force of Luxembourg in the past, growers have given Luxembourg society the ingenuity and adaptability that still governs its fields of action today.

A facilitator of encounters at the centre of Europe, the country has become a living testbed where students, researchers and entrepreneurs rub shoulders in a human-sized ecosystem.

With the fastest growing public research budget in Europe, our research organisations provide cutting-edge infrastructures to carry out high-level research, in an ever-stronger cooperative mindset with the private sector and public administrations.

For us, research is a powerful engine contributing to the 2050 vision of a resilient world, thanks to targeted investments in four major priority research areas: industrial and service transformation, sustainable and responsible development, personalised health and 21st century education.

More than ever, Luxembourg is embracing the unlimited source of innovation that is open to it. In this way, the grower's mindset persists and allows us to constantly move forward.



ENVIRONNEMENT

L'histoire du Luxembourg est ancrée dans sa beauté naturelle. Face aux caprices du temps et à l'irrégularité des récoltes, nos ancêtres agriculteurs avaient compris l'importance de la prévoyance et de la modération. Ils étaient les gardiens de la terre.

Réinventant et adaptant leurs activités à un monde en constante évolution, ces agriculteurs devinrent ouvriers, entrepreneurs, décideurs. Tous contribuèrent à l'incroyable réussite qu'est le Luxembourg aujourd'hui. Tous perpétuèrent « l'approche du cultivateur » qui fait notre fierté.

Aujourd'hui, nous sommes non seulement le premier pays à avoir introduit la gratuité des transports publics ou la première bourse d'obligations durables au monde. Nous sommes aussi le plus grand contributeur par habitant au financement international de la lutte contre le changement climatique, aidant ainsi d'autres pays à assurer leur transition vers un avenir plus durable. De l'aménagement du territoire à l'innovation en matière de technologies propres en passant par la finance verte, grâce à une croissance plus intelligente, nous voulons montrer la voie vers la société net zéro et évoluer progressivement vers l'empreinte d'une seule planète.

Même si nous n'en sommes pas encore là, tel est l'horizon qui nous anime en tant que gardiens de la terre. Parce que nous protégeons ce que nous aimons.

ENVIRONMENT

Luxembourg's history is rooted in its natural beauty. Faced with the fickleness of the weather and the inconsistency of the harvest, our farming ancestors understood the importance of foresight and moderation. They were caretakers of the land.

Reinventing and adapting their activities to an ever-changing world, these farmers became workers, entrepreneurs and decision-makers. They all contributed to the incredible success story that is Luxembourg today. They all perpetuated the "grower's mindset" that makes us proud.

Today, we are not only the first country to have introduced free climate-neutral public transport or the world's first sustainable bond exchange. We are also the highest per capita contributor to international climate finance, assisting other countries in making the transition to a more sustainable future. From spatial planning to clean-tech innovation to green finance, through smarter growth, we want to lead the way to a net-zero society and move progressively towards a one planet footprint.

Even if we are not there yet, this is the horizon that drives us as caretakers of the land. Since we protect what we love.



EX PR

Découvrez ici des expressions destinées à révéler les différentes facettes du Luxembourg en fonction de vos besoins.

Vous voulez vous informer de l'utilisation ou de l'exclusivité de l'une de ces expressions ? Contactez-nous via LMIH.lu

ESSI ONS

Illustrant au plus près le narratif de l'approche du cultivateur, les verbes **GROW** et son équivalent français **CULTIVER** permettent des déclinaisons couvrant tout le spectre d'arguments des différents secteurs de la promotion du Luxembourg.



À souligner qu'il s'agit ici toujours d'une croissance raisonnée et durable, en accord avec les préceptes développés dans le chapitre OBJECTIF.

GROWING IDEAS CULTIVER LES IDÉES / L'IMAGINATION / L'INNOVATION

[incubateur de start-ups / recherche & innovation /
progrès social](#)

GROWING PROJECTS CULTIVER LES PROJETS / LA DURABILITÉ / LA RÉSILIENCE

[développement économique, sociétal,
humanitaire, durable](#)



GROWING FROM
CULTIVER LES RÉSEAUX / LES
CHAMPS D'ACTION / LES CHAMPS
DES POSSIBLES

Luxembourg comme base de développement en Europe
ou dans le monde

GROWING TOGETHER
CULTIVER LE LIEN / LA DIVERSITÉ /
LE VIVRE-ENSEMBLE

inclusion, intégration, développement, cohésion sociale,
vivre-ensemble



**GROWING UP /
GROWING A FAMILY**
CULTIVER UN STYLE DE VIE /
UN ART DE VIVRE / LE BONHEUR

qualité de vie / offre scolaire et universitaire / qualité des infrastructures / activités, nature, sécurité, stabilité

GROWING BETTER
CULTIVER LES VALEURS /
UN MONDE MEILLEUR

acteur engagé sur la scène internationale / allié fort dans le cadre d'une croissance durable / facilitateur d'idées innovantes pouvant contribuer à un monde meilleur (vision)



CULTIVONS

L'AVENIR

ENSEMBLE

LET'S
GROW
TOGETHER



SL O GAN

S

Découvrez ici des slogans pour vos projets de promotion les plus divers : publications, vidéos, objets ou événements.

Vous voulez vous informer de l'utilisation ou de l'exclusivité de l'un de ces slogans ?

Contactez-nous via LMIH.lu

Sur la base des verbes **GROW** et **CULTIVER**, les slogans suivants, en anglais et en français, visent à attirer l'attention quant au potentiel du Luxembourg par le prisme du narratif de l'approche du cultivateur.



**FRESH AIR.
FRESH IDEAS.
FRESH START.
LUXEMBOURG.**

tous secteurs confondus

**LUXEMBOURG.
WHERE GOOD
THINGS GROW.**

tous secteurs confondus



----- **GROWS HERE.**
IMAGINE IT.
CULTIVATE IT.
LUXEMBOURG.

tous secteurs confondus

LUXEMBOURG.
WHERE WILL YOU
GROW FROM HERE?

économie
finance
recherche



**FARMERS THEN.
INNOVATORS NOW.
GROWERS ALWAYS.
LUXEMBOURG.**

économie
finance
recherche

**LUXEMBOURG.
CULTIVATING
TODAY.
CARING FOR
TOMORROW.**

économie
finance
recherche



**LUXEMBOURG.
GROWN WITH CARE.**

tous secteurs confondus

**LUXEMBOURG.
DEMAIN
SE CULTIVE ICI.**

économie
finance
recherche



**INCUBATEUR
D'IDÉES.
CULTIVATEUR
DE SENS.
LUXEMBOURG.**

culture
recherche

**LUXEMBOURG.
LÀ OÙ VIVRE
ENSEMBLE
SE CULTIVE.**

intégration
diversité



**ENSEMBLE,
CULTIVONS
LES POSSIBLES.
LUXEMBOURG.**

tous secteurs confondus

**SE DÉPAYSER.
SE CULTIVER.
SE RETROUVER.
LUXEMBOURG.**

tourisme
culture



**ICI, UN MONDE
MEILLEUR
SE CULTIVE.
LUXEMBOURG.**

tous secteurs confondus

**TERRE DE
CULTURE.
TERRE DES
CULTURES.
LUXEMBOURG.**

tous secteurs confondus

Plus de slogans sur LMIH.lu



VISUELS

Vous cherchez des visuels pour vos supports de promotion ainsi que les lignes directrices pour une bonne utilisation des éléments de la marque LuXembourg ?

Rendez-vous sur [LMIH.lu](https://www.lmiH.lu)



PHOTOS



LMIH.LU
/OUTILS
/PHOTOGRAPHIES





SIG NAT URE

Informez-vous ici sur les principes qui régissent l'utilisation de la Signature du Luxembourg et de ses éléments. **N'oubliez pas que ceux-ci sont protégés et que leur utilisation est soumise à conditions.**

Rendez-vous sur [LMIH.lu](https://lmih.lu)

La Signature du Luxembourg est constituée du logo « LuXembourg » intégrant le symbole X – et de l'invitation « Let's make it happen ».

LU  EMBOURG

LET'S MAKE IT HAPPEN

Le symbole X est l'élément le plus important de la signature graphique de notre pays.

Il met en évidence les valeurs et les priorités du Luxembourg : le dynamisme avec lequel il initie des projets, accélère la créativité des secteurs et favorise l'innovation en se renouvelant sans cesse, l'ouverture avec laquelle il réunit et fédère les personnes de tous horizons, promeut la diversité et s'engage pour une Europe humaniste et, enfin, la fiabilité des relations et des alliances qui en résultent, la durabilité de ses actions et de sa vision, par-delà ses intérêts nationaux, pour un monde meilleur.

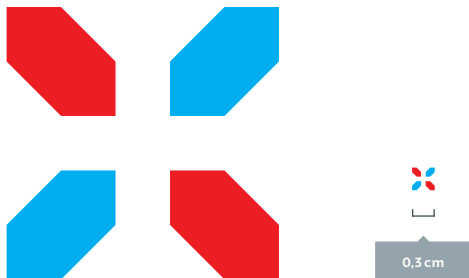


LE SYMBOLE X

Comment utiliser le symbole X ?

Le symbole X est constitué de quatre flèches bidirectionnelles : deux rouges et deux bleues qui créent un équilibre, une harmonie visuelle et un positionnement garant de stabilité. Pour cette raison, leur orientation ne peut pas être modifiée. La flèche bleue commence toujours en bas à gauche et se termine en haut à droite, tandis que la flèche rouge commence toujours en haut à gauche et se termine en bas à droite.

Le symbole X peut être utilisé seul, sans le logotype et l'invitation, à condition que ceux-ci se retrouvent ailleurs sur le même support.



L'INVITATION

« LET'S MAKE IT HAPPEN »

Elle résume la vision de notre pays : celle d'un acteur engagé sur la scène internationale, d'un allié fort dans le cadre d'une croissance durable, d'un facilitateur d'idées innovantes pouvant contribuer à un monde meilleur.

Le mot « IT » évoque en particulier tout ce que le Luxembourg aspire à apporter au monde : plus de créativité, plus de diversité, plus de durabilité.

LET'S MAKE IT HAPPEN

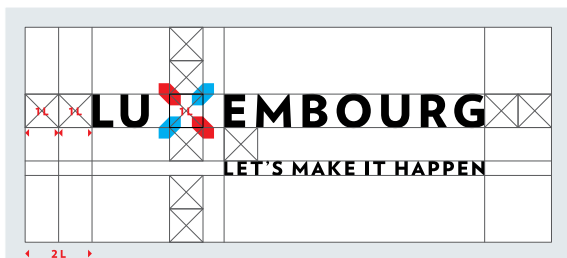
Rendez-vous sur LMIH.lu

LES DÉTAILS TECHNIQUES AUXQUELS IL FAUT ÊTRE ATTENTIF

Comment utiliser la zone d'exclusion ?

La zone d'exclusion est l'écart minimal entre, d'une part, la Signature et, d'autre part, les autres éléments visuels ainsi que le bord de l'espace utilisable.

Elle correspond à un écart de « 2L » de chaque côté, un écart de « 1L » étant l'écart du symbole X au milieu. Cet écart minimal doit être respecté afin que la Signature reste claire et lisible et garde son effet global.



Quelle est la taille minimale autorisée ?

Le logotype avec l'invitation ne peut avoir une largeur inférieure à 2 cm. Il n'y a pas de limitation de taille vers le haut. Le logotype sans l'invitation ne peut être utilisé que si la largeur est inférieure à 2 cm.



3 cm



2 cm

Comment utiliser la Signature du Luxembourg avec le logotype du gouvernement ?



En cas d'utilisation conjointe avec le logotype du gouvernement, est à noter que la Signature du Luxembourg et le logotype du gouvernement ne peuvent jamais apparaître sur une même surface visible d'un même support de communication ou de promotion : les deux éléments devront toujours être présentés sur des surfaces distinctes d'un même support (tels que p. ex. le recto et le verso d'une carte de visite ou brochure).



Quelles sont les couleurs de base ?

La Signature est tricolore. Le rouge et le bleu dans le symbole X représentent les couleurs nationales et sont complétés par le noir pour les éléments de texte.

En voici les codes couleur exacts :

CMYK	0 100 100 0
PMS	485
RGB	227 006 019
WEB	#E30613
RAL	3020 VERKEHRSROT

CMYK	100 0 0 0
PMS	PROCESS CYAN
RGB	000 153 255
WEB	#0099FF
RAL	5015 HIMMELBLAU

CMYK	0 0 0 100
PMS	PROCESS BLACK
RGB	000 000 000
WEB	#000000
RAL	9005 TIEFSCHWARZ

Quelle couleur utiliser en arrière-plan ?

Dans la mesure du possible, la version en couleur de la Signature sur fond blanc est à privilégier.



Est-il possible d'utiliser une variante monochrome ?

Oui. Il existe officiellement deux variantes monochromes : une monochrome noire sur fond blanc et une monochrome blanche sur fond noir. Néanmoins, d'autres couleurs peuvent être accordées pour une utilisation monochrome, ceci en fonction de votre support de communication – toute utilisation de la Signature étant pour rappel soumise à autorisation préalable.



Rendez-vous sur [LMIH.lu](https://www.lmi.lu)



Les éléments de base

1. Logotype avec et sans invitation
2. Symbole X
3. Couleurs
4. Typographie
5. Invitation

Les éléments complémentaires

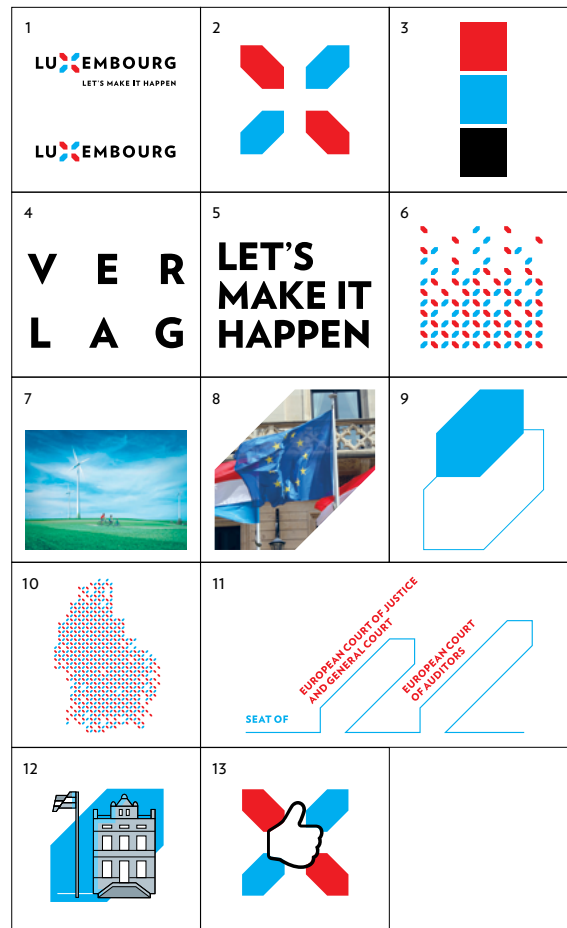
6. Matrice de flèches
7. Univers visuel
8. Système de mise en page ; découpage des images
9. La flèche (surface et contour)
10. Symboles
11. Infographies
12. Pictogrammes
13. Emoxies

Saviez-vous qu'en fonction de votre statut et degré d'appartenance à l'État du Luxembourg, un choix d'éléments précis vous est attribué ?

Découvrez-les sur notre outil
JE SUIS / JE VEUX sur notre site



[LMIH.LU](https://www.lmih.lu)





Vous souhaitez découvrir d'autres
exemples d'utilisation ?

Rendez-vous sur [LMIH.lu](https://www.lmi.lu)



RESE AUX SO CIAUX

Vous désirez suivre et relayer
l'actualité au jour le jour de la
promotion du Luxembourg ?

**Rejoignez-nous sur
les réseaux sociaux !**

COMPTES

La promotion du Luxembourg est présente sur les réseaux sociaux suivants :



Facebook

/LuxembourgLetsMakeltHappen



Instagram

/luxembourg_lets_make_it_happen



LinkedIn

/company/luxembourg-let-s-make-it-happen



Twitter*

/LuxembourgLU

* Le compte Twitter du Service Information Presse vous fournit également des informations promotionnelles sur le Luxembourg.

HASHTAGS

Les hashtags à utiliser lors de toutes les publications sont :

#LuXembourg

#LetsMakeltHappen

Lorsque c'est applicable, dans un souci de cohérence, nous mentionnons également les priorités :

#Diversity

#Creativity

#Sustainability

Ces hashtags peuvent évidemment être complétés de hashtags spécifiques à votre propre secteur d'activité.

RESSOURCES

Vous êtes en quête de photos ou de vidéos pour vos publications ?

Dans la rubrique OUTILS de notre site www.lmih.lu, qui regroupe le contenu produit par LuXembourg – Let's Make It Happen ainsi que certains contenus partagés par nos parties prenantes, des ressources multimédias (photos, vidéos, infographies, emoxies, etc.) sont à votre disposition.



LMIH.LU
/OUTILS

COORDINATION

Nous avons initié un cercle des gestionnaires des réseaux sociaux (*social media managers*) de la promotion du Luxembourg afin de faciliter la communication et le partage de contenus digitaux entre différentes parties prenantes.

Vous êtes intéressé(e) à y participer ?

Rendez-vous sur LMIH.lu ou contactez-nous :
info.imagedemarque@mae.etat.lu



SUPPORTS

À l'image du Luxembourg que vous promouvez, vous cherchez pour vos supports, qu'ils soient digitaux ou en papier, des idées qui vous aideront à rendre votre communication plus créative, plus inclusive et plus durable ?



LMIH.LU
/OUTILS
/CONSEILS-COMMUNICATION



ÉVÈNEMENTS

Retrouvez sur notre site des idées qui vous aideront à organiser des événements incarnant au plus près le Luxembourg que vous promouvez.



LMIH.LU
/OUTILS
/CONSEILS-COMMUNICATION



PRO DUITS TS

LUXEMBOURG COLLECTION

Connaissez-vous la
LuXembourg Collection ?
Découvrez-en les principes
et appliquez ceux-ci pour
votre propre production
d'objets promotionnels.



LMIH.LU
/OUTILS
/CONSEILS-COMMUNICATION



Vous êtes **producteur** et voulez nous proposer un produit qui correspond aux critères énumérés ?

Vous gérez un point de vente et souhaitez être **revendeur** de la LuXembourg Collection ?

Ou vous souhaitez faire **l'acquisition** d'articles à offrir ou à utiliser dans le cadre de vos événements ?



LMIH.LU
/PARTENARIATS/PARTICIPEZ-A-LA-
LUXEMBOURG-COLLECTION

Au Luxembourg, visitez la **LuXembourg House**, où une sélection de produits de la LuXembourg Collection et bon nombre de produits locaux vous attendent.
2 rue de l'Eau, 1449 Luxembourg-Ville,
Tél. (+352) 26 26 26 27, luxembourghouse.lu



COMM

UNAU

03

Parce que nous sommes une initiative participative, nous grandissons avec vous.

TE LMMB



REJOI GNEZ- NOUS LMIH.LU

Notre mission est de faire connaître et apprécier les valeurs et les visages du Luxembourg.

Que ce soit en tant qu'individu ou en tant qu'entreprise, association ou fédération, quels que soient votre taille et votre secteur d'activité, vos idées, vos initiatives et vos réalisations comptent pour nous.

Ce sont autant de témoignages authentiques qui illustrent et enrichissent les aspirations de créativité, de diversité et de durabilité de notre pays.

OURS

© **LMIH 2023**

Promotion de l'image de marque,
Ministère des Affaires étrangères et européennes, Luxembourg

Conception & design binsfeld

LET'S

MAKE

**Le petit livre de la Promotion de l'image de
marque vous fournit les principaux concepts
et outils pour faire connaître et apprécier
les valeurs et les visages du Luxembourg.**

IT

HAPPEN