

Un an après sa mise en œuvre, l'identité visuelle du Luxembourg connaît un certain succès. Le 9 novembre dernier, elle a été primée lors du «City Nation Place Award 2017» dans la catégorie «Best Expression of Place Identity Through Design».

Cette cérémonie a récompensé, dans plusieurs catégories, les initiatives qui « ont contribué à donner à un pays ou un endroit et à ses valeurs une visibilité à long terme, qui aide à engager ses populations et à attirer des talents, entreprises et visiteurs », comme l'expliquent les agences Binsfeld et Vidalegloesener, créatrice de ce branding.

C'est le 10 octobre 2016 que la secrétaire d'État à l'Économie, Francine Closener, avait dévoilé cette nouvelle identité visuelle : un « X » tricolore, porté au cœur du mot Luxembourg écrit dans une typo qui a déjà fait ses preuves (c'est la même utilisée par exemple, par le Musée Guggenheim), le tout appuyé par une baseline sobre et invitant à la découverte : « Let's make it happen ».

Depuis, la stratégie luxembourgeoise en matière de « Nation branding » a bien fait son chemin, à la plus grande satisfaction de Mme Closener qui estime, dans une récente interview publiée sur Paperjam, que «la mise en place de la signature du Luxembourg est un franc succès.» Le passage du Tour de France cycliste, début juillet – événement suivi par 7,5 millions de téléspectateurs dans le monde – a notamment permis de montrer le Luxembourg sous un jour très différent.

Un film d'animation pour janvier 2018

Les premiers tours de roues sont donc encourageants, mais la route est encore longue pour faire de cette image un réflexe dans l'esprit des citoyens, qu'ils soient au Luxembourg ou à l'étranger.

Pour rendre le message encore plus attractif, un appel à projet a été lancé en vue de réaliser un film d'animation destiné à promouvoir le pays et ses valeurs d'ouverture, de dynamisme et de fiabilité. Sur les 11 projets finalement examinés par le jury présidé par Guy Daleiden (président du Fonds national de soutien à la production audiovisuelle), c'est celui de Laurent Wiltz (société Zeilt Productions) qui a été retenu. Une belle référence quand on sait que ce réalisateur avait obtenu, en 2014, l'Oscar du meilleur court métrage d'animation avec son film « Mr Hublot ».

Le résultat final de ce film de promotion tout en animation est attendu pour janvier 2018.