

# Des vitamines pour l'exportation

L'agence veut aider les entreprises dans leurs démarches

PAR DANIEL PECHON

**La crise actuelle a un goût différent. Alors que les précédentes ne concernaient qu'une zone géographique ou des secteurs plus spécifiques, celle-ci est globale. Et le Luxembourg, avec son économie, ne peut y échapper.**

Si 50 % des exportations sont destinées à nos trois voisins, à peine 4 % seraient expédiés dans le BRIC, les quatre principaux pays émergents (Brésil, Russie, Inde et Chine). C'est dans ces termes que Jeannot Kecké, ministre de l'Economie, a entamé un séminaire consacré et relatif aux exportations. Se félicitant de la prompte réaction ciblée du gouvernement, Pierre Gramagna, directeur de la Chambre du Commerce, a tenu à rappeler et mettre en exergue le rôle dans le tissu économique national, tant qu'en support ou en aide que peut offrir la Chambre de Commerce, hôte de ce séminaire qui s'est tenu dans ses murs.

A travers les multiples missions économiques, Jeannot Kecké a martelé l'importance de ces visites mais a appuyé sur la nécessité aux entrepreneurs d'organiser un suivi et un entretien des contacts établis. Si le ministre encourage l'exportation, il avertit que les délocalisations risquent d'être un choix qui peut s'avérer douloureux face au coût du transport amené à croître ou à la perte de proximité du client. «Produire dans la qualité et le service sans oublier d'entretenir plus que régulier-

lièrement ses contacts sont les bases du succès», ajoutait-il.

Un exportateur trouvera dans «Luxemburg for Business» tout le support nécessaire facilité par une concentration de cette aide dans une seule entité, contrairement à nos voisins. A l'initiative du ministère de Jeannot Krecké, afin de renforcer les exportations, des films de support et de promotion devraient être disponibles incessamment.

## Shanghai 2010

Le Luxembourg a décidé de mettre un maximum d'atouts et de supports pour motiver ses entrepreneurs. Et sa présence à travers un pavillon à l'exposition universelle de Shanghai 2010 est un investissement onéreux mais que le ministre qualifie d'essentiel pour marquer une présence dans un épice centre de la croissance. Autrement dans les foires internationales, dans un concept appelé B2Fair, la Chambre de Commerce peut contribuer à faciliter les contacts, favoriser des rencontres, ou établir des réunions «pré-organisées» avec des entreprises. Alors que Pierre Gramagna a lui aussi appuyé sur l'efficacité d'espacer au minimum chaque rencontre avec ses contacts, clients ou prospects.

Avec un marché de 650.000 consommateurs si on y inclut les travailleurs frontaliers, Jean-Claude Knebel, directeur au ministère de l'Economie, exprime et encourage le développement l'importance d'une politique internationale à l'exportation. «De plus en plus, les petites et moyennes ent-

reprises s'orientent vers l'extérieur», ajoute-t-il. Evidence que le marché local devient saturé et qu'il doit exister un scénario à l'exportation dans les projets des entrepreneurs. «Nous pouvons vous aider, questionner et demander» insiste Jean-Claude Knebel, qui avoue que la sonnerie de son téléphone résonne moins souvent en ces temps de crise.

Autre support offert, en plus de ses ambassades, l'exportateur luxembourgeois peut bénéficier de «Trade & Invest offices» dans six villes importantes comme Shanghai, New-York, Seoul, Tokyo... Ces centres offrent gracieusement des espaces de bureaux pour des périodes courtes ou bien d'autres supports comme linguistique.

## Des aides financières

Pour motiver l'entrepreneur à prospecter et ne diminuer le coût, une aide financière peut être octroyée, destinée à couvrir jusqu'à 50 % des frais occasionnés dans la recherche de nouveaux marchés à l'étranger (excepté frais d'hôtel et de voyages). Trop ignorées, ces aides, destinées à faciliter la prospection, ont totalisé environ 1,2 million d'euros en 2008 mais approcheraient déjà 1,5 million d'euros à ce jour pour 2009.

Dans des pays les plus attractifs toujours suivant Jean-Claude Knebel, la Russie, avec qui les contacts ont été multipliés, doit devenir une destination démythifiée pour l'exportateur luxembourgeois. Tandis que l'Afrique, avec une stabilité politique et une solvabilité accrue, peut devenir un

nouvel eldorado dans des pays comme l'Afrique du Sud, le Kenya, l'Angola, Nigéria... «Si nous ne pouvons pas concurrencer la Chine dans les travaux manufacturiers, notre technologie, notre savoir-faire, nos technologies de l'environnement seront plus qu'appréciées».

## Risques de non-paiement

Et pour ce qui concerne les risques de non-paiement, l'Office du Ducroire, représenté par son directeur Etienne Reuter, peut assurer le risque d'insolvabilité de clients étrangers. Depuis le mois d'octobre, les délais de paiements se sont allongés et le nombre de faillites multipliées et son nombre ne devrait pas se tarir ces prochains mois.

Face à ce risque amené encore à croître, l'Office du Ducroire, organisme public, octroie toutes garanties propres afin de diminuer les risques politiques, de crédits et même de change pour les exportations entre autres. Utiliser une protection sur le risque du pays (crise Russe en 1998, Tsunami,...) et du client à travers une assurance qu'offre l'Office du Ducroire est devenu encore plus opportun aujourd'hui. De plus, l'organisme dispose de fichiers des clients à risques répertoriés et de la classification du pays sur une échelle de risques.

«Nous pouvons aider dans les stratégies d'exportation». Tel est le message de Luxembourg for Business. Mais Jean-Claude Knebel d'ajouter: «Osez nous questionner!».