

Petit pays, grandes ambitions

Ces dernières années, la Chine a connu une croissance fulgurante de son PIB et s'est hissée au rang de seconde puissance économique au monde après les Etats-Unis. Ses entreprises tournent à plein régime, sa population a faim de consommation. «Celui qui ignore la Chine passe à côté d'une grande partie de l'attractivité économique mondiale», avait dit le ministre de l'Economie, Jeannot Krecké. En participant à l'expo universelle, le Luxembourg dispose d'une vitrine extraordinaire pour présenter ses atouts. Entretien avec

Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de commerce.

■ Qu'évoque pour vous le marché chinois?

C'est le plus grand marché au monde en termes de consommateurs. Le pays connaît une forte croissance et la prospérité se fait surtout sentir dans les régions côtières. A Shanghai, on a l'impression d'être dans une capitale occidentale. Le potentiel de ce pays se développe sous nos yeux de manière fulgurante. Prenez par exemple le marché de l'automobile. En 2010, la Chine affiche le plus grand marché automobile de la planète. Il y a cinq ans, c'étaient les Etats-Unis. Ils achetaient alors deux fois plus de voitures que la Chine. Dépasser les Etats-Unis de la sorte, en cinq ans, c'est très rapide et cela en dit long.

Qu'en est-il des relations économiques entre le Luxembourg et la Chine?

Jusqu'en 2005 le marché chinois n'était pas un marché très important au Luxembourg. Nos exportations étaient plus demandées en Pologne ou en République tchèque qu'en Chine. Passé 2005, la nouvelle

dynamique en Chine s'est repercutée sur nos exportations avec le pays. Nous exportons d'ailleurs bien plus que nous n'importons. Cela pourrait s'expliquer par le fait qu'une partie des produits chinois arrivent au Luxembourg en passant d'abord par nos pays voisins. En tout cas, au niveau de nos exportations on retrouve surtout des ouvrages en métaux, des produits chimiques, du matériel de transport, enfin tout ce qui est représentatif du marché luxembourgeois. Mais le marché a fortement été touché avec la crise. Nous ne renouons pas de sitôt avec les niveaux atteints en 2007 car les effets de la crise ont surtout laissé des traces dans le secteur industriel.

Quel est l'impact en termes de chiffres?

Pour avoir un certain ordre de grandeur, on peut dire qu'au niveau des importations de marchandises la Chine est le 17^e partenaire économique du Luxembourg et elle arrive en 11^e place pour nos exportations (sans Hong Kong). Nous sommes aussi excédentaires au niveau des services avec une 22^e place pour les exportations et une 25^e côté importations. En comparant les chiffres de ces dernières années, on voit que le solde est relativement stable mais avec des valeurs moindres. Les exportations sont passées de 186 millions en 2007 à 160 millions en 2008 et à 132 millions en 2009. Les importations affichent également une baisse de 30%.

Quels secteurs d'activité sont mis en avant pour favoriser les collaborations entre les deux pays?

Nous voulons surtout mettre l'accent sur la logistique et vanter

l'avantage du Luxembourg en tant que plateforme pour faire entrer des produits chinois sur le marché européen. Le marché luxembourgeois en tant que tel n'est qu'une goutte d'eau aux yeux des Chinois, mais le marché unique européen avec ses 500.000 millions de consommateurs leur parle davantage. Notre secteur financier est aussi un autre atout. Les flux financiers chinois pourraient transiter via le Luxembourg en Europe. Après, au niveau des entreprises implantées au Luxembourg, ce sont notamment ArcelorMittal, IEE, Paul Wurth ou encore Goodyear qui se doivent d'être présentes en Chine. Bref, une douzaine de nos entreprises qui sont actives sur le marché international. A moyen terme on peut également imaginer que des entreprises chinoises passent par le Luxembourg pour investir en Europe au sens large.

Une PME luxembourgeoise peut-elle se froter au marché chinois?

Pour aborder ce terrain, une entreprise doit disposer d'un produit de qualité, reconnu et répété au-delà de nos frontières. Pour l'heure, une demi-douzaine de nos entreprises ont investi sur place. Le pavillon luxembourgeois à l'expo universelle nous offre en tout cas une formidable vitrine pour montrer au monde entier qui nous sommes.

Qu'attendez-vous de la Semaine commerciale que le Luxembourg organise à Shanghai du 11 au 15 octobre?

Nous sommes partis de la Journée du Luxembourg dont nous bénéficions à l'expo universelle. Elle aura d'ailleurs lieu demain le 10 octobre 2010. Le défi était de bien présenter nos entreprises alors qu'il n'y a pas de stands spécifiques (au sein du pavillon). Du coup, nous avons voulu organiser une Semaine commerciale axée sur cinq thèmes. Les séminaires mettront en avant les technologies de l'informatique et de la communication, le secteur de l'équipement automobile, la logistique, les éco-technologies et le secteur agroalimentaire. Pour chaque volet nous recensons déjà 150 inscriptions d'entreprises chinoises. Nous pensons au final faire venir un millier de sociétés. C'est énorme, nous n'avons jamais eu une telle affluence. Par ailleurs, nous organisons également quelque 300 rencontres *business to business* pour stimuler les contacts entre les exposants et les visiteurs chinois.

Est-ce que la Chambre de commerce s'est donné un objectif de résultat chiffré?

Il y a un an, en préparant l'événement on s'était dit qu'on aimerait bien faire participer une trentaine d'entreprises luxembourgeoises. Au final, la délégation économique en compte 123. C'est la plus grande que nous ayons jamais eue. L'ordre des architectes a également mobilisé une douzaine de ses membres, de même que le groupement des entrepreneurs. Tout ceci prouve l'intérêt du Luxembourg pour la Chine et une prise de conscience générale pour ce qui s'y passe.

■ Propos recueillis par Béréngère Beffort