

«Profiter de l'invasion chinoise en Europe»

JEAN-CLAUDE VESQUE (CHAMBRE DE COMMERCE)



ENTREPRISES

Le rendez-vous des sinophiles

Le Luxembourg économique débarque en nombre à l'Exposition universelle de Shanghai. Chaperonnée par le Grand-Duc et le ministre de l'Economie, la centaine de sociétés luxembourgeoises se projette vers un marché au potentiel énorme.

Pierre Sorlut (texte), Luc Defflorenne (photo)

Le nombre d'entreprises luxembourgeoises représentées à Shanghai lors de la «semaine commerciale du Luxembourg» est révélateur des attentes. «105 sociétés participent à cette mission. C'est du jamais vu pour la promotion du commerce luxembourgeois», se réjouit Jean-Claude Vesque, responsable à la Chambre de Commerce du développement des marchés hors Europe. Il faut dire que la délégation avait mis les petits plats dans les grands. Le Grand-Duc Henri et Jeannot Krecké, ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, accompagnaient les représentants économiques. Et les Chinois apprécient l'implication des hauts dirigeants nationaux. Pour preuve, David Arendt, directeur financier de Cargolux, raconte: «J'ai présenté le Grand-Duc Henri et M. Krecké à un de mes interlocuteurs chinois. Après quoi, ce dernier m'a dit 'c'est le plus beau jour de ma vie'.»

Les entrepreneurs locaux se pressaient donc aux portes du pavillon du Luxembourg pour assis-

ter à cette semaine commerciale articulée autour de cinq thèmes choisis (les NTIC, l'équipement automobile, la logistique, les écotecnologies et l'agroalimentaire) pour leurs potentiels compétitifs respectifs. Car les entreprises luxembourgeoises ne s'attaquent pas à un marché de consommateurs 2.700 fois plus grand que leur marché domestique sans réfléchir à une approche stratégique. Jean-Claude Vesque explique: «Nous avons choisi des secteurs, en dehors de l'acier et de la finance qui connaissent déjà du succès en Chine, dans lesquels nous pouvions apporter des solutions et une valeur ajoutée.»

Et ils ne s'y sont pas trompés! Selon l'intéressé, «un millier d'entreprises chinoises» se sont présentées aux journées thématiques organisées au pavillon pour écouter les représentants des secteurs promouvoir le Luxembourg.

Du point de vue des exportations, d'abord, et compte tenu de la taille du marché et des coûts de fabrication locaux, il n'est évidemment pas question d'inonder la Chine de produits, mais plutôt de proposer un savoir faire «made in Luxembourg».

Les entrepreneurs en écotecnologies, percevant une demande croissante, souhaiteraient vendre des équipements *ecofriendly*. Le groupe Paul Wurth en fait partie. En ICT, les entreprises luxembourgeoises voudraient tirer parti de leur expérience en matière, entre autres, de protection des données bancaires. De même pour les sociétés de l'agroalimentaire qui exporteraient des méthodes de fabrication estampillées *Lëtzebuerg*, notamment via les producteurs de vin de la Moselle ou la société de *catering* du restaurant étoilé Favaro Ristorante.

Reste ensuite à attirer les flux. Profitant de la proximité des constructeurs automobiles européens, les sociétés luxembourgeoises d'équipement automobile voudraient tisser des liens avec la Chine, nouvellement promue premier producteur mondial d'automobiles. «Si les fournisseurs chinois sont déjà bien implantés en Europe, nous essayons de vendre les atouts du Luxembourg, notamment son cadre légal et fiscal», confie le responsable de la Chambre de Commerce. Les lois sur la recherche et le développement, ainsi que celle relative à la propriété intellectuelle, pourraient inciter des constructeurs à développer de nouvelles générations de véhicules au Grand-Duché.

Enfin, le secteur de la logistique fait figure de pièce maîtresse de la stratégie commerciale luxembourgeoise pour capter une partie de «l'invasion chinoise en Europe» selon les termes de M. Vesque. Les sociétés du secteur représentaient environ le quart de la délégation. Luxair ou Cargolux veulent faire du Luxembourg la «porte d'entrée de l'Union européenne», par les airs comme par les mers. Selon Freddy Bracke, directeur de Cobelfret, le Luxembourg deviendrait «l'hinterland des grands ports maritimes». Outre les aspects fiscaux favorables à l'import de biens, lesdites sociétés font valoir la position clé du Luxembourg au cœur de l'Europe. En sus, David Arendt et Cargolux comptent «courtoiser des banques chinoises et les sensibiliser au financement de la flotte».

Mais l'intéressé prend également un peu de recul et perçoit l'événement comme une opportunité de faire du *networking* «luxo-luxembourgeois» en rapprochant pendant plusieurs jours différents métiers interconnectés, et souhaite d'ailleurs prochainement réaliser avec ses pairs un «post mortem». ●