

World Expo Shanghai

# Bilan positif pour l'économie luxembourgeoise

2010 était non seulement un cru exceptionnel pour nos vignerons mosellans, mais également pour la promotion du commerce extérieur luxembourgeois. En effet, lors de l'Exposition Universelle à Shanghai, le Grand-Duché de Luxembourg a pu briller avec un magnifique pavillon et la présence de son monument national «Gëlle Fra». Le pavillon a attiré près de 10% des 73 millions de visiteurs endéans les 6 mois d'ouverture de l'exposition et ce succès fut couronné par l'acceptation de la donation au peuple chinois du pavillon luxembourgeois, qui restera donc installé sur le site de l'Expo.

## Follow-up systématique

Un an après la mémorable «Journée luxembourgeoise» à Shanghai, en présence du Grand-Duc et du mi-

nistre de l'Economie et du Commerce extérieur, Jeannot Krecké, et à laquelle ont également participé 105 entreprises luxembourgeoises, la Chambre de Commerce dresse un premier bilan du suivi de la Semaine Commerciale qu'elle avait mise en œuvre à cette occasion.

Lors de la séance de débriefing du 18 février 2011, la Chambre de Commerce a invité les participants à la Semaine Commerciale à dresser un premier bilan de cette grande action d'internationalisation et il s'avérait que celui-ci était entièrement positif.

Néanmoins, étant conscient à quel point la Chine représente un marché complexe pour les entreprises étrangères et surtout les PME, la Chambre de Commerce s'est engagée à assurer un follow-up spécifique pour toute entreprise intéressée à développer ses activités en Chine. Afin de réaliser cet-

te tâche, la Chambre de Commerce a recruté une collaboratrice chinoise qui a assisté un grand nombre d'entreprises durant les derniers mois. Cette activité de follow-up fut réalisée en étroite collaboration avec le Luxembourg Trade and Investment Office à Shanghai et commence à porter ses fruits.

## Objectifs largement atteints

La séance de débriefing a montré que 100% des entreprises participantes étaient d'accord sur le fait que l'organisation de la Semaine Commerciale représentait une bonne, voire même une excellente opportunité pour elles et 94% des participants luxembourgeois ont également estimé que les objectifs de leur participation ont partiellement ou complètement été at-

teints. Lors du follow-up il a importé donc d'analyser de plus près ces objectifs et d'en assurer le suivi en fonction des intérêts et des demandes des entreprises concernées.

Au lendemain de la séance de débriefing la Chambre de Commerce s'est lancée dans le follow-up proprement dit. Durant plusieurs mois l'équipe du Département International avait contacté les entreprises participantes et fixé les rendez-vous nécessaires pour un échange face-à-face. Dans la plupart des cas, des visites sur place ont eu lieu. Ceci a également permis de mieux comprendre les produits et services offerts par les entreprises et constituait une expérience fort enrichissante pour les collaborateurs de la Chambre de Commerce. Parmi les 105 entreprises participantes, 66 demandaient une, voire plusieurs réunions.