



## Du concret!

La Grande Région, ce n'est pas qu'une entité géographique, mais une constellation de relations commerciales.

Il est toujours délicat de lancer un nouveau salon, qui doit trouver ses usagers, se faire un nom. Ce l'était d'autant plus pour les «Greater Region Business Days», créés il y a deux ans, en pleine crise, par la Chambre de commerce de Luxembourg. Pourtant, la recette a plu. Et les organisateurs remettent ça les 18 et 19 juin 2014, avec pour capital l'expérience des deux défuntes éditions.

Un des postulats de départ des GRBDays, c'est que le succès se fonde moins sur le nombre de visiteurs qui s'y rendent (2.500 en 2013, 3.000 attendus en 2014), que sur les rendez-vous d'affaires qui y sont conclus (3.500 l'an dernier). 200 exposants sont attendus cette année, une vingtaine de plus qu'en 2013.

«Nous voulons montrer que la Grande Région, c'est aussi du concret», insiste Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de commerce. Qu'ont en commun, finalement, un habitant de Mouscron (Belgique) et un citoyen d'Epinal (France), séparés par 500 km de route? La Grande Région, Sarre - Lorraine - Luxembourg - Rhénanie-Palatinat - Wallonie-Communauté française et germanophone de Belgique, située entre Rhin, Moselle, Sarre et Meuse, a une superficie totale de 65.401

## Interaction et innovation au cocktail des 3es GR Business Days

THIERRY NELISSEN - tnelissen@le-jeudi.lu

km<sup>2</sup>. Elle compte 11,3 millions d'habitants.

Situé en son centre, le Luxembourg en est l'animateur naturel, et sans doute, celui à qui l'idée profite le plus, puisque le sentiment d'appartenance s'estompe naturellement quand on s'éloigne de ses frontières. L'entité représente tout de même 2,6% du produit intérieur brut de l'Union européenne, et son classement de compétitivité est parmi les meilleurs... si on considère les régions germanophones d'abord.

### Innovation, compétition

«Sensibiliser nos PME à la Grande Région, au travers de ce salon, c'est les aider à faire un pas vers l'international», explique Carlo Thelen. C'est presque une obligation, ici. 80% des exportations du Grand-Duché vont vers l'Europe. On met en place une plateforme et un cadre. Aux entreprises de les valoriser!»

Le salon s'adresse en priorité aux petites et moyennes entreprises et aux start-ups innovantes. Il a pour

vocation de «stimuler la compétitivité, la croissance et le développement économique des entreprises», en proposant toute une panoplie d'événements et de services. Il s'est structuré autour d'une panoplie d'événements, de rencontres et de services pour entreprises, «en réinventant la façon de parler business», selon ses initiateurs.

Augmenter la visibilité des entreprises participantes, et leur permettre de renforcer leur réseau de relations sont deux points forts du salon, qui mise une nouvelle fois beaucoup sur l'interactivité. Quatre plateaux TV seront montés à Luxexpo. Notamment le plateau central, qui accueillera comme l'an dernier pour le débat de clôture un *Bistrot du Jeudi* ayant pour thème «Les modèles de développement économique durable pour la Grande Région et les métropoles européennes.»

Interactivité, toujours: la manifestation proprement dite est prolongée pendant un an sur internet, où les fiches des exposants sont consultables. Et où l'on peut revoir

leurs «elevator pitches», ou la façon de décrire rapidement et synthétiquement leur entreprise, comme dans un ascenseur. Des démos rapides leur sont également accessibles. Et pour lever les inhibitions qui les faisaient hésiter à se servir de ces outils, des formations ont été organisées pour apprendre à parler, synthétiquement, face caméra.

De la valeur ajoutée, l'édition 2014 en aura incontestablement, avec la présence du forum «Business meets research», qui en est lui, à sa septième édition. Organisé par Luxinnovation, l'événement aura pour thème la «fabrication du futur». Des intervenants du Luxembourg et de la Grande Région présenteront les dernières tendances technologiques.

L'orateur principal de ce forum est l'Anglais Rich Ferric, directeur des opérations à l'«University of Manchester Intellectual Property» (UMIP) qui expliquera comment son établissement construit des ponts solides entre recherche et entreprise. Depuis 2004, les méthodes employées à Manchester ont permis de créer 15 nouvelles entreprises et de développer 340 licences de technologie.

\*Renseignements et inscriptions, comme exposant ou visiteur, sur [www.gr-businessdays.com](http://www.gr-businessdays.com)