

La Grande Région fait salon

La seconde édition des Greater Region Business Days va permettre aux entreprises de nos contrées et d'au-delà de nouer des contacts au travers de 3 000 rendez-vous.

La Chambre de commerce a donné hier le coup d'envoi de la deuxième édition du salon Greater Region Business Days. Plus qu'un simple salon pour des entreprises de différentes nationalités, l'événement doit leur permettre de créer des synergies entre elles alors que des ateliers de réflexion, des rendez-vous d'affaires et des démonstrations ponctueront ces deux jours où exposants et visiteurs sont appelés à se façonner un salon selon leurs envies.

De notre journaliste
Delphine Dard

Les GR Business Days, ce sont cette année 178 entreprises exposantes (+10% sur un an) qui se côtoieront au sein d'un salon qui veut donner un coup d'accélérateur à l'économie de la Grande Région. Lors de l'événement où les professionnels peuvent se

construire un salon sur mesure au fil des différents ateliers qui ponctueront les deux journées, plus de 3 000 rendez-vous d'affaires sont déjà programmés et devraient à coup sûr déboucher sur des développements économiques concrets.

Lors du symposium inaugural, Pierre Gramegna, le directeur de la Chambre de commerce, a expliqué les raisons de la tenue d'un tel événement: «**Quand on évoque l'économie dans la Grande Région, on pense souvent aux travailleurs frontaliers mais moins aux entreprises. Ici, il est question de réfléchir à mieux faire travailler ensemble les firmes de la Grande Région.**»

Le ministre de l'Intérieur et à la Grande Région, Jean-Marie Halsdorf, qui était présent à l'ouverture des GR Business Days, a lui aussi fait l'apologie d'une Grande

Région qui se cherche encore, mais qui a parcouru déjà du chemin depuis près de 18 ans. «**L'Europe doit avant tout être une Europe des régions et à ce titre la Grande Région doit être un exemple**», a-t-il clamé.

➤ Un besoin de synergies concrètes

En créant des synergies économiques, le salon doit aussi permettre d'inspirer les responsables politiques de la Grande Région, qui ont besoin de plus de cohérence au sein même de cette zone économique qui représente 11 millions de consommateurs.

Eveline Lemke, vice-ministre-présidente de Rhénanie-Palatinat, a à ce titre donné un exemple concret de ce que doit permettre de faire la Grande Région: «**En Allemagne, nous avons un problème de nata-**

lité et nous allons manquer de main-d'œuvre, alors que de trop nombreux jeunes Français ont des problèmes pour trouver un emploi. Si on évoque l'avenir de la Grande Région à l'horizon 2030, je pense que cela doit être pour pouvoir s'entraider sur le plan économique.»

Mais pour faire des affaires comme pour s'entendre sur le plan politique dans la Grande Région, il faut pouvoir se comprendre. Et lors des GR Business Days comme dans la vie quotidienne de la Grande Région, encore faut-il parvenir à organiser des traductions simultanées ou promouvoir le multilinguisme qui au-delà du Luxembourg est loin d'être toujours une réalité.

De son côté, citant Jean Monnet qui se plaisait à dire que «rien n'est possible sans les hommes mais rien n'est durable sans les institutions», le gouverneur de la province de Luxembourg, Bernard Caprasse, a appelé les acteurs de la Grande Région à se doter d'un minimum d'institutions pour mieux exister.

Louant le concept des GR Business Days, Paul Arker, président de la Chambre de commerce et d'industrie de la Région Lorraine, a lui fait le constat que dans la Grande Région, le vrai problème est que «**l'on s'entend bien mais que l'on ne se voit pas assez.**»

Si ces constats sur la Grande Région sont récurrents alors qu'en marge des discussions les entreprises présentes au salon commençaient à tisser leur réseau et entraient vraiment dans le vif du sujet, c'est le bourgmestre de Luxembourg, Xavier Bettel, qui a finalement appelé à recentrer le débat sur l'économie, souhaitant en finir avec des constats politiques et souhaitant parler «concret plutôt que blabla»: «**On parle de Grande Région, mais on en parle trop chez nous. La Grande Région existera vraiment quand on sera capables de se mettre ensemble pour aller nous promouvoir ensemble sur le plan économique au Japon ou ailleurs dans le monde.**»

Et la réflexion était pleine de bon sens alors que les GR Business Days ont notamment pour but d'attirer des investisseurs venus d'horizons toujours plus lointains. Quatorze pays dont le Maroc et l'Inde sont ainsi représentés cette année et il s'agira pour les entreprises de les convaincre du dynamisme de la Grande Région, qui a elle aussi besoin d'argent neuf alors qu'elle n'est pas épargnée par la crise.



Photo : français aussems

Pierre Gramegna a donné hier le coup d'envoi du salon, qui souhaite mettre les entreprises à l'honneur.