



**En visite  
à la Bourse**

Page 26



**Un fonds  
au top**

Page 27



**Touristes  
lunaires**

Page 28



**Tägliches  
Screening**

Seite 29

# Affaires sans frontières

Le ministère de l'Economie a dévoilé la stratégie de promotion économique du Luxembourg



Le ministre de l'Economie Etienne Schneider prévoit une évaluation annuelle de la stratégie pour de possibles adaptations

Photo: Isabella Finzi/Editpress

**LUXEMBOURG**  
CATHERINE KURZAWA

**A** l'heure où le Luxembourg joue la carte du nation branding à coup de slogan «Let's make it happen», le gouvernement veut poursuivre sur sa lancée. La promotion ne concerne en effet pas que le Luxembourg en tant que tel mais aussi son économie. Voilà pourquoi Etienne Schneider a présenté hier la stratégie de promotion économique du pays à la presse.

Pour dynamiser l'extension économique du Grand-Duché, le ministre de l'Economie a identifié cinq priorités à savoir faciliter l'accès aux marchés internationaux pour les sociétés basées au Luxembourg, attirer des investissements directs étrangers de manière ciblée, renforcer le réseau de promotion économique du Luxembourg à l'international via les ambassades, construire une image forte du Luxembourg en tant que centre pour l'industrie et les activités à haute performance et enfin assurer la cohérence des différentes actions de promotion économique.

## Modularité promue

À ce niveau-là, une évaluation annuelle de la stratégie est prévue pour «peut-être rectifier le tir plus tard», a expliqué Etienne Schneider. Au niveau du financement, cette stratégie sera alimentée par l'enveloppe de huit millions d'euros sur trois ans dédiée à «Luxembourg for Business». L'agence a en

effet rejoint le giron de Luxinnovation, avec pour conséquence non seulement la libération du budget en question mais aussi la mise en place du Conseil du commerce extérieur et des investissements ou «Trade and Investment Board». Il s'est réuni hier pour la première fois sous la houlette de la présidente de son comité de pilotage, Sasha Bailie. Autour de la table, on retrouve la Fedil, la Chambre des Métiers, la Chambre de Com-

lité de son économie», a souligné son président Nicolas Buck. Le directeur général de la Chambre des Métiers Tom Wirion a insisté sur la dimension de promotion vers l'étranger: «Cette stratégie a beaucoup à apporter à l'artisanat et à ses petites sociétés». Quant au président de Luxinnovation, Raymond Schadeck, il a salué l'opportunité du programme pour les huit clusters qui évoluent dans le giron de

Rifkin concernant la Troisième révolution industrielle.

## Mieux cerner le marché

Et s'il est bien un terme qui a été mis en avant hier, c'est «market intelligence». L'idée est en effet de cibler des priorités géographiques et sectorielles pour la stratégie économique du Luxembourg. Au niveau des secteurs, ils sont liés aux politiques de diversification économique du gouvernement à savoir l'ICT, l'espace, les sciences de la vie, les technologies

et matériaux de production, les composants automobiles et la mobilité intelligente, l'éco-innovation, la logistique, et le tourisme d'affaires (MICE). Autre principe présenté hier, celui de l'approche centrée sur le client et cela, tant dans les échanges que dans les investissements.

Et enfin, qui dit Luxembourg dit petit pays. L'occasion donc de rappeler les atouts qui en découlent comme un accès aisé aux décideurs, une interaction avec le milieu des affaires, une approche pragmatique, des instruments de soutien à l'économie mais aussi la mobilisation des administrations et agences gouvernementales en cas de besoin.

A noter que des indicateurs de mesure seront élaborés cette année pour compléter la stratégie qui se veut résolument orientée vers les résultats et cela, avec un accent mis sur l'impact à long terme avec des retombées tant au niveau des installations de sociétés que de l'emploi intérieur.

## «La nouvelle stratégie a une approche sectorielle très forte»

RAYMOND SCHADECK, président de Luxinnovation

merce, Luxinnovation et une série de ministères dont le ministère de l'Economie.

Outre la promotion de l'export, la Fedil a salué l'importance accordée à l'image de marque du Luxembourg dans la stratégie. «Le pays se positionne sur des standards avec un accent mis sur la qualité et la fiabi-

lité de son économie», a-t-il insisté. Et au président de la Chambre de Commerce Michel Wurth de rappeler que ce n'est pas la première fois que son organisation s'associe avec le ministère de l'Economie, en faisant référence à l'étude

**STRATÉGIE ÉCONOMIQUE**

**L'emploi en avant**

Etienne Schneider n'en a pas fait un mystère: l'objectif est bien de booster l'économie du Luxembourg et l'emploi intérieur, entendez par là l'emploi des résidents. «C'est évident qu'un gouvernement fasse tout ce qui est possible pour accroître l'emploi dans son pays», a-t-il expliqué à la presse hier. Prenant l'exemple d'une société étrangère intéressée de s'installer au Grand-Duché, le ministre de l'Economie a illustré que le processus serait de lui demander quels sont les profils requis pour ensuite transmettre l'information à l'ADEM qui pourrait ensuite former les demandeurs d'emploi qui y sont inscrits afin de pouvoir répondre à la demande future de l'entreprise en question.

CK