

L'ENQUETE

Pour la 3^e fois, la Chambre de commerce et l'Office du Ducroire récompensent les meilleurs exportateurs luxembourgeois. Les lauréats, qui exportent l'essentiel de leur fabrication dans des pays également liés à la...

Le b.a.-ba

L'expertise luxembourgeoise

De la santé à la mécanique, les PME sur le front étranger

La Chambre de commerce et l'Office du Ducroire remettent leurs lauriers à l'exportation. En tête, un fabricant de kits pour le diagnostic de maladies telles qu'Ebola.

Le secteur de la santé, celui de la construction, celui de la mécanique: Fast Track Diagnostics, Keller et Gilles Tooling sont récompensés pour leur présence à l'étranger.

Un coup de chapeau et un coup de pouce que, mercredi 3 février, la Chambre de commerce et l'Office du Ducroire (ODL), ont donné à ces entreprises par lesquelles le Luxembourg brille de par le monde.

L'Export Award, au rythme biennal, récompense en effet «les PME luxembourgeoises qui se sont démarquées par leurs initiatives et leurs résultats en matière d'internationalisation de leurs activités. Le prix permet de réaffirmer la volonté de l'ODL et de la Chambre de commerce de favoriser les relations économiques et financières internationales dans l'intérêt du Luxembourg et de contribuer ainsi à la dynamique locale en accompagnant les entreprises dans leur stratégie de croissance à l'international».

Pour l'économie luxembourgeoise, l'exportation ce n'est pas rien. Proportionnellement au volume des salariés, le pays dépasse allègrement l'Allemagne, pourtant considérée, en Europe tout au moins, comme la championne toutes catégories de l'exportation.

En 2014, le commerce extérieur portait sur 11,4 milliards d'euros, en augmentation de près de 8% par rapport aux chiffres de 2013.

Près de 10 milliards concernent l'Union européenne, les voisins directs surtout (dans l'ordre, l'Allemagne, avec 27,8%, largement devant la France et la Belgique, à un bon 13% chacune).

Le commerce extérieur de proximité entre dans la tradition du monde entrepreneurial luxembourgeois. S'ajoute ce souci des filiales d'entreprises multinationales de prendre Luxembourg pour base de la conquête de l'Europe.

Choix volontariste

Un chiffre évocateur: ces filiales agissant dans l'industrie assurent plus de 90% des exportations de marchandises de l'industrie, orientées vers les pays limitrophes.

Dans une moindre mesure, et dans un souci de diversification, l'exportation s'adresse aux Etats-Unis (6^e client avec 440 millions d'euros), à la Chine (202 millions), à l'Inde (32 millions). De l'Afrique (186 millions), de l'Océanie (25 millions), voire des pays émergents comme le Brésil (36 millions), on parle beaucoup moins. De même que du Moyen-Orient.

L'ouverture sur l'extérieur concerne 85% de la production. Même si, officiellement, «le Luxembourg a su élargir ses relations commerciales au niveau international».

Les ministères compétents, heureux du comportement volontariste des entrepreneurs luxembourgeois, aiment également souligner que «le Luxembourg a réussi à s'imposer comme plaque tournante dans les échanges, non seulement dans le domaine financier, mais également au niveau des activités industrielles, des échanges de marchandises et des prestations de services».

Dès lors, la balance courante est largement excédentaire (grâce aussi à l'exportation de services à forte valeur ajoutée), réalisant un surplus tournant autour de 10% d'un produit intérieur brut qui, en 2015, dépasse largement les 50 milliards d'euros, grâce essentiellement au volume des exportations de services. Celles-ci, depuis de longues années maintenant, priment sur la vente des biens.

L'ouverture au commerce mondial a influencé directement les taux de croissance particulièrement élevés au regard des pays voisins et de la concurrence. Le PIB par habitant (115.000 euros) est d'ailleurs le plus élevé du monde (plus que celui du Qatar, le double de Singapour et des USA), un chiffre toutefois faussé par l'importante richesse produite par les frontaliers.

Le Luxembourg axe aussi son développement sur les secteurs des assurances, dont la Libre prestation de services (LPS), également vers l'UE. Et pour éviter une trop grande dépendance par rapport au secteur financier, il tente de se po-

sitionner comme centre des nouvelles technologies de l'information et de la communication ainsi que de l'audiovisuel. Ce n'est pas pour rien si Amazon, Microsoft, Google, AOL ou eBay prennent position au Grand-Duché.

Celui-ci exporte toujours son fer et son acier, du plastique, des équipements électriques et électroniques, ainsi que des machines.

Risques à l'étranger

La Chambre de commerce se montre favorable pour les années à venir car «l'Europe est sur la voie de la relance économique, qui sera encore renforcée par le plan Juncker. Ceci est une bonne nouvelle pour l'économie luxembourgeoise».

Pourtant, l'exportation ne coule pas de source. Le business à l'international est susceptible de déboires financiers, raison pour laquelle fut mis en place, voici plus de cinquante ans, l'Office du Ducroire, un établissement public disposant d'un guichet unique du gouvernement. Dans ses activités d'assurances (lire par ailleurs), l'ODL, avec la participation de deux premières banques, lance un nouveau produit de garantie pour le remboursement d'acomptes et de performance bonds. «Ce produit, pour lequel l'ODL voit déjà une demande positive, permet aux banques de procéder à une meilleure allocation de capital et aux entreprises de pouvoir accorder des garanties d'achèvement de plus en plus demandées.»

MICHEL PETIT

Des kits pour la vie

Santé, bien-être et vitesse

Diagnostiquer les maladies infectieuses, construire une orangerie, faire de la moto... Un peu de tout pour faire un monde.

Parmi 17 PME candidates, Fast Track Diagnostics remporte le premier prix de la 3^e édition de l'Export Award. Et, par la même occasion, une enveloppe de 15.000 euros. Installée voici tout juste dix ans au Luxembourg, Fast Track occupe une position privilégiée avec ses «kits de détection de maladies infectieuses» qu'elle distribue dans le monde entier.

Après un passage par les Laboratoires réunis, la société que dirige le Dr Miriam Steimer vient de s'installer dans ses nouveaux locaux, à Esch-sur-Alzette. C'est là qu'elle crée ses produits qu'elle vend à des distributeurs, lesquels fournissent ensuite les laboratoires, hôpitaux et dispensaires.

En Inde, Fast Track dispose de son propre bureau de vente qui alimente l'Asie du Sud-Est.

Fast Track, acteur mondial dans la détection de maladies infectieuses, produit 60 kits, utilisés par exemple lors de la dramatique épidémie Ebola en Afrique de l'Ouest. Son best-seller reste le «respiratory 21», 21 comme le nombre d'agents pathogènes qu'il est censé mettre en évidence. Son travail s'appuie sur les demandes de l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

Sa forte croissance en 2014 et 2015 (un nouveau bond de 25% l'an dernier, à quelque 8 millions d'euros), n'est pas réellement liée à Ebola. En revanche, la nouvelle crise liée au moustique tigre Zika ouvre davantage le continent sud-américain, le Brésil maintenant, où la PME était déjà implantée.

Les kits luxembourgeois sont utilisés dans 70 pays, notamment au Moyen-Orient. Plus de 93% de la production sont d'ailleurs voués à l'exportation. Pour l'heure, l'entreprise occupe plus de 40 salariés.

Repose-pieds

Keller, c'est tout autre chose, sauf la destination, tout aussi mondiale, de sa production. Ses 110 salariés agissent dans le secteur de la construction, plus précisément celle de véran-

das et d'orangeries. Si l'ensemble de la production est usinée au Luxembourg, elle a investi les cinq continents auxquels, via des partenaires parfois, elle consacre plus de la moitié de son chiffre d'affaires (16,4 millions en 2014), en constante augmentation.

C'est Norbert Keller qui a véritablement lancé les opérations. A ses débuts, ce ferronnier d'art travaillait seul dans son petit atelier équipé d'une salle d'exposition.

Quant à Gerhard Gilles, patron de Gilles Tooling, il a mis le pied à l'étrier voici une dizaine d'années. Motard, Gerhard Gilles était aussi fraiseur et usinait des pièces destinées à la moto. C'est toujours son métier aujourd'hui.

Gilles Tooling compte déjà 37 salariés qui travaillent notamment pour deux grandes marques, une allemande et une japonaise. Le tout est fabriqué au Luxembourg.

Son produit phare: le premier kit de «repose-pieds multivariable» applicable sur la moto de tourisme comme de compétition. Gilles Tooling réalise 99,71% de son chiffre d'affaires à l'exportation, chiffre qui flirtait avec les 4 millions d'euros à l'exercice 2014.

M. P.



mbre de
du Du-
es «maî-
ui por-
Luxem-
bis PME,
de leur
secteurs
ité.



La phrase

“
L'Europe est sur la
voie de la relance,
qui sera renforcée
par le plan Juncker.»

Le chiffre

5
Selon certains chiffres, la va-
leur des exportations de servi-
ces est plus de 5 fois supé-
rieure à celle des exportations
de biens. Ce rapport est uni-
que au Luxembourg. Sur le

plan européen et même mon-
dial, le rapport est totalement
inverse. Au Luxembourg, les
services (chiffres de 2010) cou-
vraient 83% du total exporté,
contre 17% pour les marchan-
dises. Même en excluant les
services financiers, l'exporta-
tion des services dépasse celle
des biens depuis 2003.



ANALYSE

L'apalissade: sans exportations, le Luxembourg ne serait pas! Sa situation géographique et son exiguïté l'obligent de toute évidence à se tourner vers l'extérieur. Mais son regard ne porte pas bien loin dans la mesure où ses trois premiers clients se pressent aux frontières directes. Puis, à peine au-delà, sur l'Europe des 28.

Pour autant, le Luxembourg tente d'élargir davantage ses horizons, de s'ouvrir aux cinq continents, une démarche que les grands groupes industriels connaissent depuis toujours. De même que les banques et assurances qui s'activent à grande échelle un peu partout. Et pas qu'en Europe.

Les PME mettent également le pied à l'étrier, voient vers le large, comme en témoignent ces trois jeunes entreprises qui ne vivent qu'en fonction de l'exportation. Elles prouvent aussi à quel point les petites structures, pourvoyeuses d'emplois et générant du chiffre, font preuve d'une imagination débordante. Un vrai ballon d'oxygène. Un véritable espoir.

Les autorités publiques, la Chambre de commerce et leur adjoint direct, l'Office du Ducroire, établisse-

ment public, ne sont pas étrangers au succès des privés.

Tous, d'une même voix, appellent de leurs vœux la relance de l'économie européenne, certes timide encore, mais réelle. Vu la structure de l'économie locale, le Luxembourg ne peut effectivement que s'en réjouir. Un autre espoir naîtrait du plan Juncker, ce que pense, entre autres, le gouvernement, la Chambre de commerce et les acteurs économiques. Il est impossible pour l'heure de dire ce que générera la politique de la Commission comme plus-value et en termes de relance pour répondre au déficit d'investissements publics, une réalité certes moindre au Luxembourg.

Les débuts paraissent timides et l'on ignore si l'Union aura réellement les capacités de mobiliser 315 milliards d'euros en trois ans. Une somme d'ailleurs deux fois supérieure au budget dont elle est dotée. Sachant que la BEL, outil du fonds Juncker, ne peut directement prêter à l'UE. Sachant aussi que les 315 milliards, levier pour les investissements, paraissent bien dérisoires au regard de la crise de la zone euro.

M. P.

TAPIS

A l'ombre, rue Notre-Dame, le siège de Harlequin, une success-story, est davantage une vitrine et un lieu de résidence qu'un atelier de fabrication. Pourtant, Harlequin expédie dans le monde entier son produit fabriqué en Angleterre et en France. A Luxembourg, Harlequin se place comme étape sur la voie Paris-Moscou, l'axe par excellence de l'art chorégraphique. Son business: le tapis. Mais le tapis de scène, adapté à toutes les danses et qui évite les risques liés aux plus anciens planchers de bois, les interstices entre les lattes, les échardes, la rigidité néfaste au pied et à la cheville lors de sauts et de voltiges.

Le tapis, ça a marché de suite. Car il correspond aux besoins. Et Harlequin, au départ de Luxembourg,

s'impose très vite dans le monde entier, dans toutes les capitales.

Des références donnent les plus chaudes satisfactions à la maison. Et ce n'est pas de la «Commedia». Elle cite volontiers l'Opéra national de Paris. «Notre premier tapis fut conçu pour Rudolf Noureev, lorsqu'il est arrivé à Paris. C'était le tapis préféré de Béjart,» dit Harlequin. Une autre pièce du genre équipe la scène du Bolchoï.

La société suggère désormais neuf gammes de tapis et deux planchers amortissants. Les créations de Harlequin font aussi fureur lorsque Rouveyrollis, l'un des plus grands de son métier (Ferré, Barbara, Gainsbourg, Hallyday, etc.), s'occupe de l'éclairage, notamment pour les comédies musicales.

« Dix millions d'indemnités »

Trois questions à Simone Joachim

Secrétaire générale de l'Office du Ducroire, elle protège les exportateurs.

Le Jeudi: «Quel est le métier de l'Office du Ducroire (ODL)?»

Simone Joachim: «L'ODL remplit une double mission. D'une part, il assure la promotion à l'exportation. D'autre part, il propose de l'assurance crédit appelée à éviter les risques financiers des investisseurs à l'international. De quoi, pour l'Office, promouvoir mondialement et de façon ciblée les produits et services, ceci sans risque financier.

L'ODL apporte une aide financière pour la réalisation et la traduction de brochures de promotion, pour la participation des entreprises à des foires et des salons spécialisés internationaux, pour des séminaires, pour des frais de publicité. Il contribue jusqu'à 50% des frais engagés. Il consent par ailleurs des assurances qui s'échelonnent sur quelques mois, soit sur cinq, voire dix années.»



Le Jeudi: «Qu'assurez-vous réellement comme risques?»

S. J.: «Il existe toujours le premier risque que les clients n'honorent pas les factures, qu'il y ait des défauts de paiement. Ceci pour de multiples raisons.

Catastrophes naturelles

Ainsi, la faillite du débiteur ou les mauvais payeurs.

Mais aussi les catastrophes naturelles et les risques politiques qui, par exemple, empêchent le transfert de devises.

Avec la garantie de l'Etat, nous indemnisons nos propres clients, une cinquantaine de réguliers. Cela dit, nous ne faisons pas de concurrence aux assureurs.

Pour les couvertures importantes, notamment dans le domaine de la sidérurgie, l'Office recourt à la contre-assurance.

Depuis vingt ans, il collabore avec le géant du métier, Euler Hermes.»

Le Jeudi: «Des secteurs sont-ils plus concernés?»

S. J.: «Si le volume des exportations s'est accru en 2015 (nous avons des engagements pour 900 millions d'euros), celui des indemnités à verser a suivi une courbe semblable. Nous avons octroyé quelque 8 millions d'indemnités en 2014. En 2015, nous dépasserons les 10 millions.

En cause, non vraiment les PME, mais plutôt les acteurs de la sidérurgie qui subissent la crise, en Asie notamment, en Inde et en Chine. Le secteur de la sidérurgie et des biens d'équipement y est exposé.»

PROPOS RECUEILLIS PAR M. P.