

# En route pour la quatrième

## Les «Greater Region Business Days» remettent le couvert

Le salon s'inscrit dans le rôle d'impulsion du Luxembourg au centre de la Grande Région.

Avant même de tirer le bilan, les organisateurs des «Greater Region Business Days» annonçaient déjà l'organisation d'une quatrième édition, les 17 et 18 juin 2015. Cette année, le salon a réuni 237 exposants et plus de 50 de start-up innovantes.

*«La situation géographique polycentrique du Grand-Duché et son rayonnement transfrontières, sa capacité économique qui en fait un premier réservoir d'emplois pour la Grande Région l'entraînent à jouer un rôle d'impulsion essentiel en ma-*

*tière de dynamique économique, explique la responsable du salon, Sabrina Sagramola. Les "GR Business Days" ne connaissent pas d'équivalent au niveau régional. Ainsi, organiser une nouvelle édition, correspond avant tout à la préoccupation de vouloir relancer et maintenir à un niveau élevé, le dynamisme et l'intérêt des entreprises pour collaborer avec des partenaires étrangers ou travailler en réseau. Revivifier le tissu économique régional à travers l'internationalisation est une condition sine qua non de la compétitivité future de nos économies.»*

Des adaptations sont déjà prévues. Les organisateurs veulent mieux sensibiliser et mobiliser l'ensemble des partenaires régionaux et internationaux (réseaux de Chambres de commerce, associa-

tions, clusters étrangers, pépinières d'entreprises, ambassades, réseau Enterprise Europe Network) pour accroître la mixité des exposants en augmentant de manière sensible la participation d'entreprises belges, françaises et allemandes sur le salon afin de favoriser les rencontres d'affaires et la conclusion de partenariats. Quant aux conférences et tables rondes, l'idée serait de faire participer davantage les entreprises, qui pourraient proposer des thématiques ou des orateurs-experts, dans des domaines précis.

### L'économie pour moteur

L'identité de cette Grande Région, fort vaste, très ou trop diverse, pose de réelles questions. Pour Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de commerce,



Photo: François Aussems

Sabrina Sagramola

maître d'œuvre des GR Business Days, il faut certes qu'une volonté

politique s'exprime pour renforcer l'image du territoire... mais l'économie aussi doit en être le moteur: *«Il convient d'intensifier et d'approfondir les liens économiques existants, notamment en multipliant les accords bi et multilatéraux portant sur des projets spécifiques communs et de natures diverses. Les acteurs économiques ne sont tributaires d'aucun rouage administratif. En ce domaine, je constate que la Grande Région dispose du potentiel nécessaire. Les résultats en progression constante du salon le prouvent de manière magistrale, puisqu'il parvient à attirer de plus en plus de PME/PMI désireuses d'entreprendre, d'échanger des savoir-faire et des produits et de conclure des partenariats.»*

THIERRY NELISSEN