



Photo : Hervé Montaligu

Étienne Schneider a également parlé hier de la stratégie Rifkin.

Une promotion coordonnée

Le ministre de l'Économie a dressé un bilan positif de la nouvelle stratégie nationale de promotion du pays.

Cette stratégie adopte une approche sectorielle. Elle cible les entreprises et les investisseurs étrangers apportant une valeur ajoutée à l'économie.

De notre journaliste
Aude Foréster

En 2017, Luxembourg for Business et Luxinnovation, l'agence de soutien à l'innovation au Grand-Duché, ont fusionné, laissant la place au Conseil du commerce extérieur et des investissements (Trade and Investment Board). Cette toute jeune structure est en charge du développement de la prospection économique et de la promotion du pays en tant que «terre d'accueil» des projets d'investissement.

Hier, le ministre de l'Économie, Étienne Schneider, sous les regards attentifs de Michel Wurth, président de la Chambre de commerce, de Nicolas Buck, président de la Fedil, et de Mario Grotz, le président de Luxinnovation, partenaires du Conseil, a dressé un bilan «intermédiaire» positif. «Nous avons une

stratégie de promotion claire», a-t-il dit. Le ministre a évoqué la cellule de connaissance du marché (market intelligence) de Luxinnovation, la coordination entre les différents acteurs publics et privés du tissu économique pour la promotion du pays.

➤ Une liberté de s'installer

«Il y a une volonté politique d'aider les entreprises à se développer au Luxembourg», a-t-il ajouté. Selon lui, une croissance tournant autour des 4 à 5% permet de «faire des investissements dans les infrastructures. La croissance est nécessaire pour garder un niveau de vie élevé.»

Le président de la Chambre de commerce, Michel Wurth, a affirmé de son côté que cette stratégie est «un succès». Pour lui, il était essentiel que tous les acteurs économiques concernés jouent un rôle dans la mise en place «de la stratégie de promotion économique

qui devient ainsi un partenariat regroupant les acteurs tant du secteur public que du secteur privé et agissant en faveur du développement de l'économie luxembourgeoise». Le président de la Fedil, Nicolas Buck, a lui aussi souligné le «bon travail» effectué avec la Chambre de commerce et le ministère de l'Économie. D'après lui, «la nouvelle stratégie de promotion économique s'attache à mettre en valeur les points forts du pays pour attirer de nouveaux investissements et à assister nos entreprises luxembourgeoises dans leurs démarches d'export et d'internationalisation». Interrogé plus tard sur la non-venue de Knauf (usine de laine de roche) sur le territoire, le ministre Schneider a répondu que «chaque entreprise peut choisir où elle va». Concernant l'usine de yaourt grec Fage, Étienne Schneider est resté sur ses positions, affirmant que «si on ne peut pas produire de yaourts dans le pays, alors je me demande ce qu'on peut faire».