



Photo : Isabella Finzi

Étienne Schneider a mobilisé toutes les forces économiques du pays pour participer à la promotion du Luxembourg à l'international.

## Aider les entreprises à s'exporter

Le ministre de l'Économie a présenté hier la nouvelle stratégie de promotion de l'économie luxembourgeoise, avec l'ambition de voir des acteurs locaux toucher des marchés à l'international.

Fruit de la récente réforme des structures de promotion de l'économie luxembourgeoise au-delà de ses frontières, cette stratégie vise à aider les entreprises luxembourgeoises à toucher des marchés à l'étranger.

De notre journaliste  
Jeremy Zabatta

Depuis plusieurs années, le Luxembourg a entrepris une stratégie économique dite de diversification. Le but premier est ainsi d'être moins dépendant du secteur financier. Aujourd'hui, le Grand-Duché dispose d'une économie ayant un tissu diversifié s'appuyant dans chaque secteur sur des «success stories», à l'image de SES dans le secteur spatial. Si les grandes entreprises ont réussi à s'exporter à l'international, un grand nombre de petites et moyennes entreprises ont encore du mal à passer les frontières. Cette nouvelle stratégie de promotion économique visera à aider les entreprises luxembourgeoises à se

### Une nouvelle structure

Cette réforme de la promotion économique s'est traduite par la mise en place d'une nouvelle plateforme de coordination placée sous l'autorité du ministère de l'Économie. Les organes décisionnels de cette nouvelle structure sont le Conseil du commerce extérieur et des investissements (Trade and Investment Board) et le Comité de pilotage du commerce extérieur et des investissements (Trade and Investment Steering Committee). Se réunissant deux fois par mois, le Comité de pilotage est

en charge de l'élaboration de la stratégie de promotion et de prospection sur base des priorités gouvernementales. Cette stratégie devra être supervisée et approuvée par le Conseil du commerce extérieur et des investissements, présidé par le ministre de l'Économie et placé sous la présidence d'honneur du Grand-Duc héritier, et comprenant les présidents de la Chambre de commerce, de la Fedil, de Luxinnovation et de la Chambre des métiers, ainsi que des représentants de différents ministères.

développer sur les marchés internationaux et à devenir des leaders dans leur domaine. «Pour cela, nous devons nous appuyer sur notre réseau à l'étranger, formé par les ambassades et les consulats afin de renforcer les échan-

ges et les liens économiques à l'international», a souligné le ministre de l'Économie, avant de préciser: «Notre vision est de construire une économie diversifiée et innovante qui exploite tous les meilleurs éléments de

nos traditions et de notre culture tout en mettant à profit notre rôle au carrefour de l'Europe.»

Pour cela, Étienne Schneider souhaite se reposer sur le nouveau Conseil du commerce extérieur et des investissements, qui réunit les compétences de la Fedil, de la Chambre des métiers, de Luxinnovation, de la Chambre de commerce et de cinq ministères (le Service des médias et des communications, l'Économie, les Affaires étrangères et européennes, les Finances et enfin celui de l'Enseignement supérieur et de la Recherche), le tout dans le cadre de la fusion de Luxembourg for Business (Lfb) et de Luxinnovation. Bref, toutes les forces vives de l'économie du pays sont sur le pont pour promouvoir le Grand-Duché.

### ➤ Une enveloppe de 2,5 millions d'euros

Concrètement, par le biais de cette nouvelle stratégie de promo-

tion de l'économie luxembourgeoise, et du Conseil du commerce extérieur et des investissements, les entreprises luxembourgeoises pourront avoir accès plus facilement à des marchés étrangers en plus d'avoir une aide financière (et sans doute administrative) pour les entreprises locales se lançant au-delà des frontières.

L'autre ambition de cette stratégie de promotion est de pouvoir attirer de façon ciblée des investisseurs étrangers axés sur les services.

Pour mettre en œuvre cette promotion, Étienne Schneider a annoncé une enveloppe de 2,5 millions d'euros par an, afin de superviser la bonne marche et la cohérence des actions menées dans le cadre de cette nouvelle stratégie. Mais attention, le ministre de l'Économie a insisté sur le besoin de retomber d'une telle stratégie. «Nous évaluerons tous les ans l'efficacité de cette stratégie, qui est la plus élaborée que le pays ait jamais eue», a conclu Étienne Schneider.

## La réforme prend forme

Présentée il y a un peu moins d'un an, la réforme de la promotion de l'économie devient concrète.

La présentation de cette nouvelle stratégie de promotion économique nationale est en fait la suite de la réforme du même nom présentée par Étienne Schneider en mai dernier. Cette dernière consiste principalement à mettre en commun les compétences de Luxembourg for Business (Lfb) et de Luxinnovation.

Lors de cette précédente présentation, le ministre de l'Économie avait mis l'accent sur l'ensemble des efforts de promotion économique, réalisés en conformité avec la stratégie Digital Lëtzebuerg, sous la dénomination «Luxembourg for Business and Innovation». «Les activités de promotion du commerce extérieur et de prospection seront modernisées tout en optimisant les

synergies entre le ministère de l'Économie, Luxinnovation et les différents acteurs de l'économie nationale. Cette réforme vise le partage de compétences sectorielles spécialisées, en particulier en ce qui concerne la connaissance précise des secteurs économiques, le ciblage proactif ainsi que les efforts de marketing et de communication», avait alors indiqué le ministre.

### ➤ Le besoin de renforcer la promotion économique

Lors de cette conférence de presse, Étienne Schneider avait également prononcé les mots suivants: «Nous avons tous un même objectif: développer

l'économie au Luxembourg, tout en gardant un avantage compétitif par rapport à l'étranger. Cet objectif est atteint par une répartition plus cohérente et claire des rôles des différents acteurs dans la promotion du commerce extérieur et de la prospection. Cette réforme se caractérise par la volonté ainsi que par l'engagement communs de toutes les parties prenantes et bénéficiera des moyens financiers nécessaires à sa réussite.»

Également présent, le président de la Chambre de commerce, Michel Wurth, avait déclaré: «Dès le départ du processus de réforme, la Chambre de commerce a reconnu le besoin de renforcer la promotion économique du Luxembourg. La prospection et

la promotion du commerce extérieur font depuis toujours partie intégrante des missions de la Chambre de commerce, qui, après la réforme, jouera un rôle actif dans la nouvelle structure.»

Cette réforme élargit également le champ d'action de Luxinnovation et son président, Raymond Schadeck, avait alors affirmé: «En raison des missions élargies qui sont confiées à Luxinnovation, nous sommes conscients de notre responsabilité et du rôle important à jouer dans la nouvelle structure. En apportant nos compétences sectorielles ciblées, nous arriverons à dynamiser la prospection et à satisfaire au mieux les exigences des investisseurs étrangers.»

### Les 5 clés stratégiques

Cette nouvelle stratégie de promotion s'articulera autour des cinq clés suivantes :

- Faciliter l'accès aux marchés internationaux pour les sociétés luxembourgeoises.
- Attirer l'investissement étranger direct de manière ciblée et axée sur les services.
- Renforcer le réseau international de promotion économique du Luxembourg.
- Construire une image forte du Luxembourg, mettant en avant le haut potentiel du pays pour les entreprises et les industries à hautes performances.
- Assurer la cohérence et la pertinence des actions de promotion économique.