

Le Luxembourg, c'est l'Europe en miniature»

Texte —
Alexandre Barras



▲ Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de commerce du Luxembourg.

PHOTO Miko Zeman
(archives)

Interview Pour la 15^e année consécutive, la Chambre de commerce emmènera une délégation luxembourgeoise au Mipim, le Marché international des professionnels de l'immobilier, qui a lieu à Cannes. Selon le directeur général de la Chambre de commerce, Carlo Thelen, l'objectif pour les entreprises luxembourgeoises sera d'y démontrer l'attractivité du pays dans le secteur de l'immobilier, de nouer des liens et de trouver de nouveaux partenaires.

Pour la 15^e année consécutive, la Chambre de commerce sera le porte-drapeau du stand grand-ducal au Mipim, à Cannes. Quel visage aura cette délégation ?

CARLO THELEN Notre pavillon de 150 m² comptera, cette année encore, 19 exposants. Nous avons choisi, il y a 15 ans, de rassembler les entreprises luxembourgeoises sous un seul et même pavillon national afin d'avoir plus de visibilité. Il est composé de toutes sortes de professionnels liés au secteur de l'immobilier : des cabinets d'architectes, des sociétés d'ingénierie et de construction, des banques ou encore des assurances et des avocats. C'est en tout cas une véritable fierté de représenter le Luxembourg durant ces quelques jours.

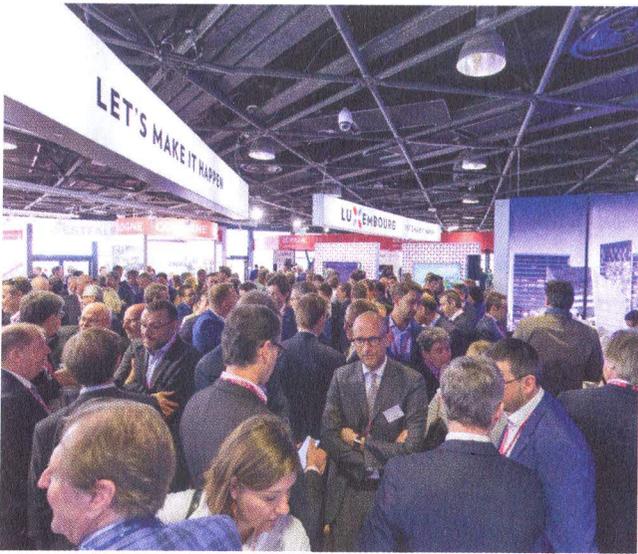
Au-delà du stand de la Chambre de commerce, plusieurs centaines d'entreprises luxem-

bourgeoises feront à nouveau le déplacement sur la Côte d'Azur. L'an passé, le Luxembourg était même dans le top 10 en matière de visiteurs. Comment expliquer cette popularité de l'événement auprès des entreprises grand-ducales ?

C.T. Plus qu'un salon dédié à l'immobilier, le Mipim est une belle occasion de promouvoir l'économie luxembourgeoise. Cette foire attire l'ensemble des acteurs du secteur, venus des quatre coins de la planète. Participer au Mipim, c'est une chance unique, pour les exposants et les visiteurs luxembourgeois, de nouer des liens avec une kyrielle d'investisseurs potentiels et de clients.

Qu'attendez-vous, personnellement, de cette 31^e édition du Mipim ?

C.T. L'immobilier marche dans toutes les villes où l'économie tourne bien, comme à Vienne, Munich, Paris,



Le pavillon du Luxembourg au Mipim en 2019.

Londres et Luxembourg. Il n'y a pas de doute, la pierre séduit toujours autant. À Luxembourg, les prix sont certes de plus en plus élevés, mais les taux de rendement sont toujours excellents. J'espère donc que les exposants luxembourgeois parviendront à tirer leur épingle du jeu pour convaincre les investisseurs. Nos entreprises ont du savoir-faire, et elles doivent le faire savoir. Nous serons en tout cas présents pour promouvoir nos membres et donner à ce public très international une image professionnelle de l'excellence du 'made in Luxembourg'.

Le Luxembourg jouit-il d'une belle popularité auprès des acteurs de l'immobilier étrangers ?

C.T. Oui, tout à fait. Il suffit de regarder la situation de nos voisins pour se rendre compte de

l'attractivité de notre pays : l'Allemagne peine à investir, la France investit mais l'environnement politique est compliqué, et la Belgique n'a pas de gouvernement. À côté, nous sommes un modèle de stabilité...

La concurrence ne se limite toutefois pas aux pays limitrophes...

C.T. Et nous en sommes parfaitement conscients. Nous devons rester vigilants à ce qui se fait partout dans le monde et faire des efforts dans tous les domaines pour conserver cette attractivité, notamment au niveau de la fiscalité et de la simplification administrative. Ce sont des défis permanents.

Quels sont les atouts que la Chambre de commerce et les exposants luxembourgeois devront faire valoir en bord de Méditerranée ?

C.T. Le Luxembourg, c'est l'Europe en miniature. Un pays résolument tourné vers l'international avec un environnement pro-business. Au-delà de sa grande stabilité politique et sociale, le Grand-Duché jouit d'un excellent dynamisme. Ce sont tous ces atouts que la Chambre de commerce promeut lorsqu'elle se rend hors de ses frontières. Quand nous parlons avec les acteurs étrangers ou lorsque les start-up ou les investisseurs débarquent ici, ce sont en tout cas ces aspects-là qui sont appréciés. ▶

© MIPIM / Chambre de commerce (archives)

En toile de fond de cette 31^e édition, la thématique « The Future is Human ». Que vous inspire-t-elle ?

C.T. C'est dans l'air du temps, cela s'inscrit dans le prolongement des discussions amorcées l'an dernier sur l'engagement environnemental. Toutes les entreprises luxembourgeoises qui participent à cette foire ont leur mot à dire à propos de cette thématique. Leur objectif commun est de permettre à chacun de bénéficier d'une meilleure qualité de vie. Ce salon Mipim sera l'occasion d'éclairer tous les participants sur les défis auxquels nous sommes confrontés aujourd'hui, et sur ceux qui nous attendent.

Enfin, la Chambre de commerce avait pour habitude de participer

également à l'Expo Real de Munich. Mais cette année, vous avez décidé de vous focaliser uniquement sur le salon français. Pourquoi avoir fait ce choix ?

C.T. Nous avons sondé nos membres, et l'intérêt pour le Mipim était supérieur. Nous avons donc décidé de ne pas participer à l'événement allemand cette année. Ce dernier se focalise davantage sur le marché germanophone, et la majorité de nos membres nous ont avoué avoir fait le tour de la question là-bas. Ils sont connus et ont déjà tous les contacts. Le Mipim est plus international, plus diversifié. Il intéresse plus de secteurs différents. Et puis, le style de Cannes joue un petit peu aussi, il faut l'avouer. Il y fait plus beau! ♦



◀ Avec plus de 26.000 participants, le Mipim est un lieu d'échanges et de rencontres incontournable pour le secteur immobilier.

PHOTO V. Desjardins / Imago&Co / Reedmidem