

«Très important pour notre économie»

Le nouveau président de la société de promotion et de développement de l'aéroport de Luxembourg revient sur les raisons qui ont poussé le gouvernement à donner une deuxième vie à la structure, sans Cargolux ni Luxair.



Photo: Jessica Theis (archives)

Pierre Gramegna: «L'objectif est d'attirer de nouveaux clients pour l'aéroport»

Monsieur Gramegna, pourquoi parle-t-on de relance pour la société de promotion et de développement de l'aéroport?

«Il faut effectivement connaître le contexte. La société avait été créée en 1997 avec l'objectif très particulier de traiter des relations avec Taiwan, les échanges bilatéraux directs entre États étant alors impossibles. La société n'a jamais été effectivement utilisée pour faire la promotion de l'aéroport, comme son nom l'indiquait. Nous avons donc repris la structure existante pour donner de la substance à son véritable objet.

Quelles sont donc les raisons qui ont poussé Luxair et Cargolux à sortir du capital?

«Justement: quand l'objectif de la société était de régler les relations économiques et commerciales avec Taiwan, les parties prenantes étaient surtout Luxair et Cargolux. Maintenant, il s'agit de promouvoir l'aéroport en lui-même. Nous avons donc trouvé judicieux de ne pas avoir été les premiers utilisateurs de l'aéroport à bord, afin notamment d'éviter les conflits d'intérêts. Il faut une certaine neutralité, car l'objectif est bien d'attirer de nouveaux clients pour l'aéroport.

Cette société ne fait-elle pas doublon avec Lux-Airport qui est également actionnaire?

«Non. Lux-Airport est partie prenante, parce que nous faisons entre autres la promotion de l'aéroport qu'elle gère. Comme Lux-Airport l'a fait dans le passé. Mais la société de promotion, relancée, ira au-delà. Nous voulons promouvoir le Findel en tant qu'atout principal de la politique de soutien à la logistique du Luxembourg. Cette approche pourra être proactive, on pourra participer à des foires spécialisées dans le transport aérien, se greffer aux missions du ministère de l'Économie et du Commerce extérieur, faire du démarchage, etc. Tout cela par l'intermédiaire d'une personne dédiée à cette mission, Jeannot Erpelding, directeur de la structure, qui connaît extrêmement bien le secteur et qui dispose d'une solide crédibilité.»