

Radikalumbau führt bei Eon zu Rekordverlust

Stromkonzern hat mehr als drei Milliarden Euro Verlust gemacht. Seite 18

La hausse des taux américains approche

Les principaux facteurs qui justifient une politique monétaire moins expansive. Page 55



Portes ouvertes des «Business Days de la Grande Région»

Le business «sur un plateau»

La Chambre de commerce ajoute un stand virtuel pour chaque PME

PAR THIERRY LABRO

La Chambre de commerce a lancé hier le sprint final vers les deux journées consacrées au business dans la Grande Région, les 17 et 18 juin, à la LuxExpo. Le salon B2B a connu un succès exponentiel depuis sa création il y a trois ans.

A l'étage inférieur de la Chambre de commerce ne règne pas une activité débordante... Des panneaux annoncent les quatrièmes GR Business Days et invitent à se rendre dans une des petites salles. Dans les lounges, deux couples discutent tranquillement affaires. Rien d'impressionnant pour cette journée «Portes ouvertes». Mais c'est normal, explique la coordinatrice du plus grand salon en B2B de la Grande Région, Sabrina Sagramola. Hier, une trentaine de chefs d'entreprise avaient pris rendez-vous pour une sorte de diagnostic de leur intérêt à participer à ces deux journées où se côtoient deux à trois cents PME du Luxembourg (55%), de Wallonie, de Lorraine, de Rhénanie-Palatinat et de Sarre.

«Nous ne poussons pas à la consommation. Avec le chef d'entreprise, nous regardons quel est son intérêt, si sa présence sur le salon, si un stand ou si différents conseils que nous pouvons lui procurer font un sens», précise-t-elle. «Ce salon, business to business, a été imaginé pour amener au Luxembourg des opportunités d'affaires aussi bien pour les PME et TPE luxembourgeoises que pour celle de la Grande Région, dans laquelle elles évoluent. Comme si, si elles n'ont pas le temps ou les moyens d'aller se vendre, nous les y aidons.»

De 595 à 4.595 euros les stands

La mayonnaise semble avoir pris puisque le nombre de visiteurs est passé de 1.800 pour la première édition en 2012 à plus de 3.000 l'an dernier, le village des start-ups hé-



En trois ans, le nombre de participants est passé de 1.800 à 3.000, la renommée du salon allant de plus en plus loin: cette année, l'invité d'honneur est la Turquie. (PHOTO: TANIA FELLER)

bergeait l'an dernier 60 sociétés contre 40 au départ et, surtout, le nombre de rendez-vous d'affaires est passé à 4.000 l'an dernier. L'an dernier, vingt-cinq pays étaient présents par l'intermédiaire de leurs représentations ou de leurs chambres de commerce et il y avait vingt délégations internationales, de visiteurs qualifiés.

A la question du prix des stands, de 595 euros pour quatre mètres carrés offre exclusivement réservée aux start-ups à 4.595 euros pour les 24 m² du «platinum» - quatre formules sont possibles, Mme Sagramola répond «accompagnement». «Je ne suis pas certaine que ce soit une bonne manière d'aborder la problématique que de

regarder seulement le mètre linéaire. Mieux vaudrait parler de contenu. La Chambre de commerce offre des services à valeur ajoutée.»

Outre les premiers diagnostics d'hier, les organisateurs des GR Business Days ont mis en place un programme d'accompagnement des entrepreneurs: la Speed Demo Academy, du 29 avril au 16 juin, va les préparer à leur présentation de trois minutes, toujours un moment clé pour se faire connaître du plus grand nombre; l'Academy offrira toutes les formations nécessaires à ceux qui prennent part au salon entre le 5 et le 20 mai et une session de préparation à une autre forme de pitch, limité à une

minute, est aussi prévue du 5 au 8 mai. «L'idée est de révolutionner la mentalité du business en lui offrant un cadre logistique qui met les entrepreneurs dans les meilleures conditions», plaide-t-elle encore.

Un salon 3D pour chaque stand

Et, cerise sur le gâteau, après avoir hésité depuis le lancement de ce salon, la Chambre de commerce s'est enfin décidée à offrir un salon virtuel à chaque entreprise qui aura un stand. Pendant un an, elle pourra ainsi communiquer sur ce stand virtuel pour déposer des présentations numériques, des dépliants ou des vidéos, toutes sortes de moyens de se faire connaître. Et là encore, des sessions de formation seront organisées de mars à avril pour tout savoir de toutes les fonctionnalités comme le chat, la vidéo-conférence ou la conférence, détaille Mme Sagramola. «C'est une possibilité que nous avions depuis le départ mais nous avons voulu procéder par étape.»

Enfin, le salon s'est choisi une région turque, le Kocaeli, comme invitée d'honneur. Cette région au nord de la Turquie, pas très loin d'Istanbul et dont le chef-lieu est Izmir, est la plus riche du pays grâce aux nombreuses industries qui y sont installées.

C'est quoi, la Grande Région?

Luxembourg. Le concept est souvent utilisé, mais que recouvre la Grande Région d'un point de vue économique? Les cinq régions réunies (Luxembourg, Sarre, Rhénanie-Palatinat, Lorraine et Wallonie) et leurs 11,3 millions d'habitants comptent 375.000 entreprises qui représentent 2,6 % du PIB de l'UE28. Un pouvoir d'achat de trois milliards d'euros et une balance commerciale de 130 milliards d'euros d'exportations. En 2012, les investissements directs étrangers se sont montés à 500 milliards d'euros et le nombre d'emplois créés à 6.500!

Au total, la zone compte huit aéroports internationaux qui desservent

donc les onze millions d'habitants et 11.000 tonnes de fret, 37 universités dans lesquelles se forment 370.000 étudiants, 73 instituts de recherche, 57 clusters, 18 centres de compétence. Et, importance particulière pour le Luxembourg, la Grande Région compte plus de 200.000 travailleurs frontaliers dont les trois quarts viennent travailler au Grand-Duché.

Un poumon économique qui a encore des possibilités d'affaires pour autant que les entrepreneurs puissent trouver le temps de se rencontrer et d'apprendre à se connaître. Tout l'enjeu du salon! (T. L.)



La coordinatrice, Sabrina Sagramola (PHOTO: ANOUK ANTONY)