

2

Expo 2020

« Notre présence à Dubaï apparaissait comme une évidence »

Après un report d'un an, l'exposition universelle de Dubaï ouvre ce 1^{er} octobre pour six mois. L'occasion idéale pour oublier la pandémie et renouer le contact physique. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de commerce, revient sur l'organisation de la présence luxembourgeoise à cet événement économique majeur et détaille ses attentes.

Pourquoi était-il important, pour le Luxembourg, de participer à Expo 2020 Dubaï avec un pavillon comme à celle de Shanghai?

Notre participation à Shanghai a été une véritable success-story. 2010 était non seulement un cru exceptionnel pour nos vigneron mosellans, mais également pour la promotion du commerce extérieur luxembourgeois. En effet, lors de l'exposition universelle à Shanghai, le Grand-Duché a pu briller avec un magnifique pavillon et la présence de son monument national, la Gëlle Fra. Le pavillon a attiré près de 10% des 73 millions de visiteurs endéans les six mois d'ouverture de l'exposition, et ce succès fut couronné par l'acceptation de la donation au peuple chinois du pavillon luxembourgeois, qui est encore aujourd'hui installé sur le site de l'exposition. Shanghai a donné un véritable coup de boost aux relations commerciales avec la Chine. Citons l'entrée de HNCA au capital de Cargolux et l'essor de la connexion aérienne Zhengzhou-Findel qui en a découlé, le train entre le terminal intermodal Bettembourg-Dudelange et le Chengdu Qingbaijiang International Railway Port, la signature d'ac-

C'est, en millions d'euros, ce que coûtera à la Chambre de commerce l'Exposition universelle Dubaï 2020. La participation au coût du pavillon en lui-même pèse pour 2 millions d'euros, auxquels il convient d'ajouter 500.000 euros d'apport en industrie (à savoir des biens et des services. En l'espèce, le directeur du pavillon à Dubaï est un salarié de la Chambre de commerce). Le budget des six missions sectorielles prévues durant l'événement est estimé à 150.000 euros, et le coût de la semaine « Made in Luxembourg » à 60.000 euros.

cords sur la collaboration dans l'initiative Belt and Road (nouvelle route de la soie).

Dans le secteur de la finance, citons l'arrivée de six nouvelles banques au Luxembourg, le fait que le Grand-Duché soit devenu une des plaques tournantes les plus importantes pour les affaires transfrontalières en renminbi en Europe et un centre important pour les investissements transfrontaliers entre la Chine et l'Europe, que 79,8% des fonds européens investissant en Chine continentale sont des fonds luxembourgeois, ou encore que le Luxembourg fut le premier membre fondateur européen de la Banque asiatique d'investissement pour les infrastructures (BAII).

Shanghai 2010 a renforcé les bonnes relations et la solidarité entre les deux pays. On en a eu l'exemple au moment de la première vague de la pandémie, lorsque Cargolux a pu ramener de Chine des masques et des appareils médicaux.

En faisant ce bilan, notre présence à Dubaï apparaissait comme une évidence. C'est pourquoi, dès décembre 2016, la Chambre de commerce a pris la décision de se joindre à une aventure lancée en mai en devenant partenaire du groupement d'intérêt économique créé à cette occasion et en charge de la conception, de la construction et de l'exploitation de la présence luxembourgeoise.

Comment vous êtes-vous préparé pour ce nouveau rendez-vous?

À Shanghai, ce sont 105 entreprises qui avaient fait le déplacement pour entrer en contact avec plus de 1.000 entreprises chinoises. Après l'événement, nous sommes allés voir les entreprises pour faire le bilan et tirer des leçons. Pour ce qui est du bilan, les entreprises étaient très satisfaites. Et leur retour d'expérience nous a permis de mettre au point notre programme pour l'exposition et d'améliorer notre outil de *matchmaking* B2Fair.

À la différence de Shanghai où, pour des raisons logistiques, nous avons organisé une grande semaine commerciale qui comprenait cinq journées thématiques présentant cinq secteurs-clés de l'économie luxembourgeoise (ICT, automobile, écotecnologies, logistique et maritime, agroalimentaire), nous avons opté, cette fois-ci, pour six missions sectorielles réparties durant toute la durée de l'événement. À savoir une mission ICT dès la mi-octobre, une mission *space*, la semaine « Made in Luxembourg », une mission *sustainability*, une mission *healthtech*, une mission *food and beverage* et une mission *matchmaking* B2B. Les détails pratiques de ces missions et les modalités d'inscription sont détaillés sur le site www.cc2020.lu.

Les trois premières missions sont déjà programmées et ont attiré l'attention des entreprises luxembourgeoises. Une centaine d'entre elles se sont déjà inscrites. 45 feront le voyage pour la mission ICT, 35 pour la mission dédiée

2,7



CARLO THELEN
Directeur général
de la Chambre de commerce

« Pourquoi ne pas avoir l'ambition de faire une prochaine exposition universelle à Luxembourg? »

à l'espace – c'est quasiment toutes les entreprises actives dans ce secteur au Grand-Duché qui se sont manifestées, à notre plus grande surprise –, et 12 seront présentes pour la semaine «Made in Luxembourg». C'est le nombre maximum que permettait l'agencement intérieur du pavillon.

Quel sera le quotidien des entreprises participantes?

Les entreprises qui participeront à ces missions sectorielles auront accès à des foires spécialisées – les UAE Anchor Events – organisées dans la région de Dubaï durant l'exposition universelle. Cette formule permettra aux entreprises de rencontrer des partenaires potentiels et d'exploiter le pavillon national pour nouer des contacts locaux, mais aussi de puiser dans les réseaux des foires internationales, qui accueillent normalement entre 50.000 et 100.000 visiteurs, pour faciliter le networking sectoriel.

Pour le reste, le programme est dense: invitation d'officiels luxembourgeois; placement d'orateurs aux foires spécialisées; un pavillon national dans le cadre des foires dédiées à la santé et à l'alimentation; rencontres B2B avec des prospects internationaux via les plateformes des foires spécialisées; organisation de séminaires/workshops/ateliers; visite du pavillon luxembourgeois sur le site de l'exposition universelle; visite d'une sélection de pavillons se rapportant au secteur mis à l'honneur; participation à des réceptions de networking et, le cas échéant, une visite d'entreprise ou d'un projet phare relatif au secteur mis à l'honneur.

Les invitations pour les missions *sustainability, healthtech, food and beverage* et le *match-making* B2B, qui auront respectivement lieu en janvier et février 2022, suivront sous peu.

Comment avez-vous choisi les secteurs économiques que vous allez mettre en avant ces six prochains mois?

À Shanghai, les pays participants allaient se présenter à la Chine. À Dubaï, nous allons nous présenter à un environnement plus international

qui dépassera le Moyen-Orient. Cela n'a pas de sens d'y aller pour faire des événements multisectoriels généralistes. Je crois que les entreprises internationales qui veulent faire du business en Europe se sont renseignées et connaissent le Luxembourg. Donc, il faut y aller avec un message plus ciblé en fonction des besoins de notre économie. Nous nous sommes concertés avec toutes les parties prenantes, principalement les ministères de l'Économie, des Finances, et des Infrastructures et du Développement durable.

Si notre rôle est de promouvoir les biens luxembourgeois et les entreprises du pays pour qu'elles trouvent de nouveaux partenaires et de nouveaux débouchés, les ministères essaient plutôt d'attirer des investisseurs. Au moment où nous cherchions quels étaient les secteurs s'inscrivant dans la thématique de l'exposition «Connecting minds, creating the future», où nous avions quelque chose à montrer et où le potentiel de développement est important, le gouvernement réfléchissait à ce qu'il manquait encore à notre économie pour la diversifier davantage et la renforcer en attirant de nouveaux acteurs.

Nous avons mis nos réflexions en commun pour aboutir au programme définitif de nos missions.

J'ajouterais qu'à Dubaï, tout le monde sera content de se retrouver et de renouer avec le réseautage physique. Il était important de mettre en avant les secteurs où nous pouvions nous présenter de manière moderne, innovante et agile.

Qu'attendez-vous comme retours de votre participation à Expo Dubai 2020?

Les attentes des entreprises, qui sortent d'une pandémie dont certaines ont encore du mal à se remettre, sont hautes. Je suis confiant dans le fait que notre programmation économique sera à la hauteur de leurs espérances.

Plus globalement, je pense que le pays a une belle carte à jouer en se montrant comme l'un des promoteurs de l'économie circulaire et du développement durable. L'architecture du pavillon renvoie cette image. Tout comme des initiatives telles que Fit 4 Circularity de Luxinnovation et les efforts entrepris en matière de digitalisation – une digitalisation qui, en contribuant à une meilleure efficacité et à une productivité plus importante, profite à l'environnement. Je pense qu'avec les entreprises qui vont se montrer là-bas, cela va nous réussir.

Après une exposition spécialisée dédiée aux industries créatives dans la convergence numérique à Buenos Aires, en 2023, la prochaine exposition universelle se tiendra à Osaka, au Japon, du 3 mai au 3 novembre 2025. Pour le Luxembourg, quelle serait la meilleure localisation possible d'une prochaine édition?

Une longue histoire

Le Grand-Duché et les expositions universelles, c'est une longue histoire. Dans un petit pays qui vit de l'exportation de ses biens et de ses services, il faut absolument s'y montrer régulièrement, insiste Carlo Thelen. «Ce sont des vitrines pour les entreprises, les biens et les services luxembourgeois, et aussi pour tout le pays.» En réaffirmant cet engagement, l'actuel directeur général de la Chambre de commerce s'inscrit dans le droit fil de l'action de ses devanciers.

En 1851, la Chambre de commerce avait en effet conseillé le Premier ministre de l'époque, Jean-Jacques Willmar, de participer à l'exposition universelle de Londres – la toute première d'une longue série – en lui expliquant que s'il voulait que ce pays très jeune (l'indépendance avait été proclamée en 1839) soit mis sur la carte et que ses entreprises puissent se présenter, c'était l'occasion rêvée. Le pays s'était, pour l'occasion, fendu d'un petit pavillon du côté de Crystal Palace. Et depuis, le pays a toujours été présent, que ce soit avec un pavillon ou via des visites et des délégations. Ce qui fut le cas pour Milan 2015, la dernière exposition universelle en date, dont le thème, l'agroalimentaire, n'avait pas été jugé suffisamment porteur pour mobiliser des moyens équivalents à ceux rassemblés pour Shanghai ou Dubaï.

Luxembourg, évidemment! Pourquoi ne pas avoir l'ambition de faire une prochaine exposition universelle chez nous? Le moment me semble très propice pour y réfléchir, au moment où l'on conçoit la nouvelle Luxexpo qui sera basée sur un concept inédit combinant présentiel et digital. Ce qui confère la flexibilité nécessaire à l'organisation d'une telle manifestation. D'autant plus que Luxembourg ne dispose pas d'une surface équivalente à ce que peut offrir Dubaï.

Il faudrait donc organiser un tel événement sur plusieurs sites. Nous avons de magnifiques endroits que l'on pourrait privatiser et où l'on pourrait raconter de belles histoires et inviter le monde entier à venir raconter les leurs: le sud du pays – que l'on pourrait relier à la capitale avec un tram rapide –, théâtre de l'histoire sidérurgique du pays; Schengen, qui est un petit peu le lien historique du pays avec l'internationalisation; ou encore Betzdorf, où est installée SES, afin de montrer les différentes facettes et étapes du développement du pays.

Je ne pense pas que ce projet soit irréaliste et dénué de sens, mais il nécessiterait un véritable effort collectif. Et de l'ambition. ■■■

Auteur **MARC FASSONE**