



Photo : pierre matgé

Jeannot Krecké, ministre de l'Économie, voudrait que le Grand-Duché ait plus d'esprit d'entreprise.

Un salon dédié aux chefs d'entreprise

Les entreprises font salon jusqu'à demain à Luxexpo. Le forum «Contact» a pour ambition d'être un lieu de connexions pour faciliter le réseau et la transmission des entreprises.

C'est à l'initiative de la Chambre de commerce et des ministères de l'Économie et des Classes moyennes que le premier forum de l'entreprise a vu le jour. Un lieu de rencontres pour les patrons de tous horizons pour développer leurs activités.

*De notre journaliste
Audrey Somnard*

Les entreprises ont encore deux jours pour faire salon et récolter un maximum de contacts. Contact, c'est justement l'intitulé de cette toute nouvelle foire dédiée entièrement aux entreprises. Certaines ont besoin de se faire connaître, d'autres ont besoin d'autres entreprises pour développer leur activité. La foire se veut être le rendez-vous incontournable des dirigeants d'entreprise pour faire des rencontres déterminantes mais aussi se renseigner sur les différentes façons de faire évoluer leur entreprise.

Des dizaines de stands se partagent l'espace de Luxexpo, sur 6 000 m².

On pourrait penser à une foire habituelle si ce n'est les visiteurs qui arboreront inmanquablement costumes, cravates ou tailleurs de rigueur. C'est bien de chefs d'entreprise dont il s'agit. Il s'agit pour eux de papillonner d'un stand à l'autre, de discuter un peu, de prospecter beaucoup et faire ainsi son petit marché économique. Cent vingt entreprises environ sont présentes sur le salon. Des entreprises les plus connues et reconnues, aux plus modestes PME qui tentent de se faire une place sur le marché luxembourgeois et de la Grande Région.

À côté des traditionnels stands, un programme chargé de conférences et de workshops a été organisé sous des thèmes aussi différents que la transmission d'entreprises, l'immobilier d'entreprise ou encore les aides au financement. De la plus petite entreprise à la plus grande, les chefs d'entreprise devraient y trouver leur compte. L'objectif est pour la foire de répondre clairement aux attentes des entreprises dans le domaine du busi-

Une première édition

Organisé par Luxexpo en association avec l'agence de communication Brain&More, soutenu par le ministère de l'Économie et du Commerce extérieur, le ministère des Classes moyennes, la Chambre de commerce et la Chambre des métiers de Luxembourg, Contact a pour ambition d'être le lieu de rencontres privilé-

ness, pour enrichir leur carnet d'adresses, mais également comprendre les enjeux clés de l'économie d'aujourd'hui.

Jeannot Krecké, ministre de l'Économie, est revenu lors d'un discours d'inauguration, sur le besoin des PME : «**Ceux qui n'ont pas toujours les moyens de faire le tour des entreprises pourront le faire ici. C'est un bon moyen pour que les entre-**

gié de tous les décideurs du Grand-Duché et de la Grande Région en général.

Pendant 3 jours, sur plus de 6 000 m², le salon Contact remplira sa mission de plate-forme d'échanges et de network, répondant à la fois aux besoins des chefs d'entreprises, des sociétés, des collectivités et des institutions..

prises gagnent du temps puisqu'ici il est uniquement question de business».

➤ Pas d'avenir sans les voisins

L'ambition est ici clairement affichée. Le besoin de rencontres entre les entreprises est d'autant plus criant que la foire a vocation de s'étendre sur

le territoire de la Grande Région. Une condition sine qua non pour le ministre qui ne voit pas d'avenir économique pour le Grand-Duché sans ses proches voisins : «**Le Luxembourg n'est rien sur l'échiquier mondial, la Grande Région, avec ses 11 millions d'habitants, est déjà une entité plus palpable. Il n'est pas possible de faire tourner la machine avec seulement nos résidents».**

Le ministre a regretté que le Grand-Duché manque d'esprit d'entreprise. «**Il nous faut plus d'esprit d'initiative dans notre pays, sinon nous serons trop dépendants de l'étranger. Il faut développer notre savoir-faire ici-même»**, a-t-il déclaré. Pour encourager les candidats à l'entrepreneuriat, le ministre a tenu à rappeler que 50% des entreprises n'ont pas connaissance des aides au financement d'entreprises, alors qu'il existe des aides du gouvernement notamment en ce qui concerne la recherche et le développement. Des réponses que pourront trouver les visiteurs de Contact, encore aujourd'hui et demain.

«Un énorme travail de fond»



Jean-Michel Collignon,
Directeur de Luxexpo

Nous organisons environ une trentaine de manifestations par an. Mais ce salon Contact est une première et les premières éditions sont toujours laborieuses. Nous n'avons pas de recul pour réaliser un énorme travail de fond pour

que toute la mécanique soit bien huilée. Notre travail est que le salon soit bien ciblé et que le message soit correctement véhiculé. C'est désormais «le» salon du rendez-vous économique, après Bureautech', qui a fermé ses portes en 2005. Il manquait à Luxembourg un rendez-vous de grande envergure pour les chefs d'entreprise.

«Le contact humain»

Pierre Gramegna a rappelé, hier, les fondements humains du business.

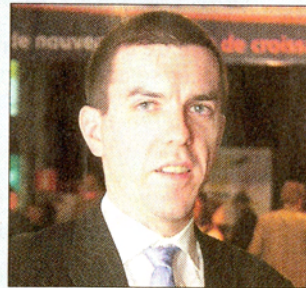
Le directeur de la Chambre de commerce de Luxembourg, partenaire organisateur du salon, s'est exprimé, hier, lors de l'inauguration officielle. Il s'est particulièrement enchanté du choix du mot «Contact» pour l'intitulé du salon : «**Aujourd'hui, alors que l'on pourrait penser que tous les échanges se font désormais par voie électronique, mais en réalité les affaires se font toujours via le contact humain. La main de l'affiche représente particulièrement bien cette idée.**

Et c'est principalement le

but du salon, que les entreprises se connaissent et interagissent entre elles. Trois ministères sont impliqués dans le projet : Économie, Classes moyennes et Éducation. La foire se veut un «B2B», business to business, où 120 entreprises se partagent un territoire de 6 000 m².

De la création à la transmission d'entreprises, Pierre Gramegna a rappelé l'importance des conférences et autres workshops en dehors de la simple présence des stands sur la foire. Toutes les parties prenantes de la vie économique sont ainsi présentes.

Un portail pour les entreprises



Tom Theves,
ministère de l'Économie

Nous avons mis en ligne un site spécialement dédié aux entreprises, en novembre 2004. Les entrepreneurs et futurs chefs d'entreprise y trouveront là une mine d'informations regroupées sur un seul et même site. Toutes les démarches administratives sont décrites sous forme de questions-réponses. Et nous avons pour projet de mettre en place des formulaires administratifs en ligne, pour faire gagner un temps précieux aux entreprises.

Nous nous inscrivons pleinement dans la campagne «Traudech» (oser entreprendre) du ministère de l'Économie.

L'optimisateur de contacts

Le matchmaking révolutionne les rencontres des entreprises sur les foires.

Dans les foires professionnelles, l'offre de contacts est toujours pléthorique, parfois un peu trop. Pas facile pour les entreprises de savoir par où commencer et à qui parler. Après le speed dating, voici le matchmaking pour aider les firmes dans les salons.

De notre journaliste
Delphine Dard

Le phénomène n'est pas nouveau mais a évolué. Des millions de personnes dans le monde connaissent déjà les sites de rencontres en ligne qui permettent de discuter avec quelqu'un pour être certain que le contact passe, avant de passer à la rencontre réelle ou pour discuter avec une personne que l'on n'aurait jamais rencontrée dans la vraie vie. En business, encore plus qu'en amour, le temps c'est de l'argent, mais pas facile d'optimiser un réseau le temps d'un salon. En matière d'optimisation de contacts, B2fair a fait ses preuves à la foire de Hanovre, en 2005.

Ce concept de matchmaking consiste en une mise en relation

ches, de leurs envies et nous les aidons à élaborer avant le début du salon un planning de rendez-vous avec les personnes qu'ils souhaitent rencontrer», précise la gérante de l'EIC. Le système du matchmaking ne permet pas seulement de prévoir un rendez-vous à l'avance avec les contacts que l'on connaît. Comme dans tout système de rencontres, B2fair permet aux entreprises de découvrir de nouvelles entités, insiste Sabrina Sagramola :

«En s'inscrivant, les entreprises ont accès à des profils qui peuvent les intéresser et qu'ils n'auraient pas pensé aller voir sur la foire et nous pouvons les mettre en relation. Il arrive que deux entreprises sollicitent en même temps l'envie de se rencontrer alors qu'elles n'y auraient pas pensé en temps normal».

En affaires, aussi, les coups de foudre virtuels existent...

➤ **To «B» or not to «B»**



Demandez le programme

Le salon Contact se poursuit aujourd'hui et demain à Luxexpo. Mis à part le salon des exposants, les visiteurs peuvent assister à des conférences et à des ateliers.

AUJOURD'HUI :

De 9 h 30 à 12 h 30, a lieu une conférence sur l'immobilier d'entreprise. La journée se poursuit de 14 h 30 à 17 h par une conférence sur le «code génétique» d'une entreprise performante et l'importance du facteur humain. En parallèle à ces conférences, plusieurs ateliers ont lieu aujourd'hui sur la gestion du risque du crédit (14 h), la communication (15 h), la propriété intellectuelle (15 h) ou encore sur le financement de la croissance (16 h).

La soirée se terminera par la remise du Business Award, à 18 h.

DEMAIN :

La journée de jeudi débutera par une conférence sur la transmission d'entreprises qui se déroulera de 10 h à midi. Le sujet sera introduit par un discours du ministre des Classes moyennes, Fernand Boden.

De 16 à 19 h, Markcom présentera son vade-mecum.

En parallèle, des ateliers auront aussi lieu ce jeudi : outsourcing de la gestion des paiements (14 h), financement de l'indépendance (15 h), innovation

planifiée d'entreprises via une plate-forme en ligne sur la base d'un profil de coopération et des souhaits des entreprises. Le succès de B2fair a été si retentissant en 2005 que l'Euro info centre Luxembourg PME/PMI (EIC) s'est joint à l'idée en la personne de Sabrina Sagramola, gérante de l'EIC. Elle a alors pensé qu'organiser un forum d'entreprise grâce à B2fair au sein du salon Contact pourrait favoriser la réussite de ce premier rendez-vous luxembourgeois.

«B2fair représente une véritable valeur ajoutée pour les entreprises dans les foires puisque l'outil leur permet de favoriser simplement les mises en relation», explique Sabrina Sagramola.

Le matchmaking est, en effet, en voie de révolutionner la vie des commerciaux à la recherche de contacts pour les entreprises. Finies pour eux les déambulations peu fructueuses dans les allées surchauffées d'un salon, à la recherche désespérée de la personne de contact.

«Le travail du matchmaker consiste à assister les entreprises dans leurs démarches. Nous sommes à l'écoute de leurs démar-

Le planning d'entreprises veut paraître, pour les puristes des affaires, antifoire, moments destinés à baguenauder pour découvrir par hasard des personnes, des entreprises elles aussi à la recherche de l'opportunité d'une rencontre du moment. Pourtant, le matchmaking n'est pas un système rigide et figé. «Le système est flexible, les entreprises qui se sont inscrites peuvent changer en ligne le planning de leurs rendez-vous. Il est aussi possible pendant le salon de prévoir des rendez-vous pour le jour suivant», reprend Sabrina Sagramola.

Le système plaît puisque 185 entreprises dont 25 exposants du salon ont déjà pris rendez-vous via B2fair.

Autre avantage du système, lorsque un rendez-vous est fixé sur organisateur virtuel, il est moins facile que sur un salon d'esquiver la rencontre au dernier moment. La barrière de la langue n'est plus non plus un frein aux affaires, puisque B2fair propose un service de traduction aux entreprises. To «B» (NDLR : business) or not to «B» sur un salon, la question ne se pose plus avec le matchmaking.



Photo : didier sylvestre

Sabrina Sagramola supervise le matchmaking en marge du salon.

pendance (15 h), innovation (17 h).

PROFIL DU SALON

Les services à l'honneur

Un petit tour d'horizon de ce premier salon Contact permet de constater que le secteur d'activité des services aux entreprises se taille la part belle du salon. Logiciels pour optimiser sa comptabilité, solutions d'impression, de stockage d'informations, e-learning, les sociétés spécialisées en solutions électroniques sont nombreuses à avoir répondu à l'appel de Contact. Logistique, sociétés de services bancaires ou encore agences de communication sont aussi présentes. Toute la panoplie du chef d'entreprise à la recherche de l'optimisation de la gestion de sa société est réunie.

Les centres de recherche public Gabriel Lippmann et Henri Tudor, qui souhaitent mieux travailler avec les entreprises, sont éga-

DES ENTREPRISES QUI S'EXPOSENT



**Patrice Colas,
EBS**

«Notre société EBS est spécialisée dans la vente de machines de bureau et dans l'audit et la gestion des coûts d'impression, un sujet qui intéresse de plus en plus les entreprises qui cherchent à optimiser les coûts et qui se préoccupent de l'environnement.

Être présents nous permet de gagner en visibilité, puisque nous sommes les seuls sur le salon à représenter cette activité. Nous avons apporté notre matériel pour le faire connaître. Cela va d'outils pour identifier qui impriment le plus de documents, en passant par les imprimantes écologiques jusqu'au système d'archivage électronique qui permet d'en finir avec les boîtes de dossiers imprimés. Nous avons aussi apporté l'imprimante couleur la plus rapide au monde qui imprime 120 pages à la minute».



**Laurent
Gouverneur,
LeasePlan**

«LeasePlan est actif dans le leasing automobile et possède un parc de 6 000 véhicules au Luxem-

bourg. Le leasing automobile pour les entreprises est un sujet très sensible en ce moment avec les projets de loi concernant les voitures polluantes. Nous sommes justement venus ici pour présenter notre nouveau service «greenplan» lancé en octobre dernier.

Avec ce service, nous proposons aux entreprises de faire un audit énergétique de leurs véhicules. Nous évaluons la consommation des véhicules, leurs émissions de CO₂ et nous faisons des recommandations. Nous avons aussi un service pour apprendre à conduire de façon à économiser du carburant. Ces sujets touchent les entreprises qui mettent en avant leur responsabilité sociale».



**Yves Verhulst,
ING**

«Nous sommes venus au salon Contact pour mieux faire connaître notre activité et notre offre de services

qui se destine aux entreprises de taille moyenne.

Jusqu'à présent, la stratégie d'ING était plutôt tournée en termes de communication vers nos secteurs du retail banking ou encore du private banking. Cette fois, nous avons mobilisé une dizaine de personnes d'ING pour présenter notre gamme de produits aux compagnies de taille moyenne. Nous n'avons pas utilisé le système du matchmaking, nous avons misé sur la visibilité de notre stand en apportant ici la voiture de F1 de l'écurie Renault que ING sponsorise. Nous exploitons le concept de la F1 synonyme de performance, de vitesse et d'innovation pour démontrer les valeurs de notre firme».



**Axel Cleven,
bee to b**

«Nous sommes une jeune entreprise de communication ou encore de pollinisation. Nous jouons sur notre nom avec le

B to B, la relation entre entreprises et «bee» qui signifie abeille parce que nous utilisons la métaphore de la pollinisation pour expliquer ce que l'on fait. Dans la pollinisation, l'abeille vient chercher un butin sur une fleur. En fait, la métaphore de la pollinisation place le butin au cœur de notre stratégie de travail. C'est à dire que si des clients ne trouvent pas de butin sur un site Internet, ils n'ont aucune raison de revenir. Notre travail consiste à intervenir sur le contenu des sites Internet qui déclarent souvent être les meilleurs, mais sans apporter les arguments pour être convaincants. En tant qu'apiculteurs ou communicateurs, on apporte aux entreprises leur butin».

avec les entreprises, sont également là tout comme la Chambre des métiers ou la Chambre de commerce du Luxembourg. Au total, plus de 50 exposants présentent leurs activités.

L'EXPOSANT INÉDIT L'Europe communique

L'Office des publications de l'Union européenne est aussi présent au salon. Le but de sa présence est justement de mieux faire connaître son activité qui est de distribuer gratuitement, sur simple demande, à quiconque en fait la demande, des ouvrages et de la documentation ayant trait aux grands sujets et politiques de l'Union européenne.

Un clic sur bookshop.europa.eu peut permettre aux entreprises de trouver des informations à commander gratuitement sur l'environnement économique de l'UE ou sur l'agriculture, par exemple. De quoi simplifier la vie de ceux qui cherchent à étendre leur activité à l'étranger.