

«Honnête courtier»

La Chambre de commerce est le relai précieux pour les entreprises qui souhaitent conquérir de nouveaux marchés.

La Chambre de commerce a un rôle central dans l'organisation des missions économiques. Que ce soit par l'activation de ses contacts sur place ou par son rôle d'intermédiaire entre les entreprises et le gouvernement. Elle mène régulièrement des enquêtes auprès de ses membres pour connaître leurs souhaits de visite. Ce n'est ainsi pas un hasard si elle est le seul organe représenté dans les deux agences créées en octobre dernier que sont «Luxembourg for business» et «Luxembourg for Finance». «On attend de nous un rôle d'honnête courtier», explique son directeur, Pierre Gramegna.

Le choix de la destination est ainsi le résultat d'une concertation entre les deux ministres concernés – Budget et Economie – et toutes les parties prenantes dans le secteur privé. Quand la mission n'est pas le suivi d'une précédente visite ni une réponse à l'invitation du pays hôte...

En amont, il faut préparer le terrain. Ainsi, le 19 février, une pré-mission, composée aussi bien de représentants de la Cour que de responsables économiques est partie en Suède en vue d'une visite d'Etat en avril 2008. «Il s'agit de confirmer tous les réseaux que nous avons sur place», explique Pierre Gramegna.

Selon la destination élue, qu'il s'agisse d'une visite d'Etat ou d'une mission purement économique, la délégation varie. Cinq sixièmes des exportations luxembourgeoises sont dirigées vers l'Union européenne.

En pareil cas, les partenaires se connaissent, «nous menons alors des missions à structures plus légères». Au-delà de l'Europe, «nous avons besoin du support gouvernemental pour nous ouvrir des portes».

Les missions économiques ne visent pas uniquement à faire venir des entreprises au Luxembourg. Il s'agit de développer les exportations. «Avant d'attirer les investissements, il faut connaître des partenaires. Et pour ça, il n'y a rien de mieux que les relations import-export.»

La présence sur les foires internationales est ainsi tout aussi judicieuse sinon indispensable. «Les foires sont davantage faites

pour le contact entre entrepreneurs au niveau opérationnel.» Ainsi, les deux types d'événements se complètent. En 2007, trente-cinq entreprises de la Grande Région sont parties groupées à une expédition en Bulgarie. «Le fait qu'il y ait une foire peut motiver une mission économique».

«FIERS»

La présence du Grand-Duc et de l'héritier joue un rôle très important. Il «permet par son prestige d'attirer des chefs d'entreprise de très haut niveau», auxquels les entrepreneurs autochtones vont pouvoir accéder. Ceux qui sont déjà présents dans le pays visité, font des relations publiques par le biais du Grand-Duc. Ils sont en général «fiers d'inviter leurs partenaires à le rencontrer». Et ces derniers en tirent parfois une notoriété nouvelle dans leur pays.

Pour autant, les missions économiques sont-elles forcément fructueuses? «Une mission bien préparée est dans 99% des cas rentable», estime Pierre Gramegna. Alors, il y a bien sûr, des missions cauchemardesques, avec des séminaires sans assistance, une organisation nonchalante. La pertinence des missions ne se calcule pas en nombre de contrats obtenus.

«Revenir avec un contrat en poche n'est pas le seul critère. Les affaires c'est plus complexe», poursuit-il. «L'augmentation de la participation des entreprises montrent que les missions sont rentables, je dirais plutôt utiles». Depuis quatre ou cinq ans, nous faisons un «debriefing» après le voyage.

Même concurrentes, les entreprises en mission ensemble à l'étranger créent une «dynamique de groupe».

Beaucoup d'entreprises apprennent à se connaître. «Il n'est pas rare qu'elles développent ensuite des projets communs dans un

ETHIQUE

La liberté de commercer peut-elle débiter là où les droits de l'Homme des autres s'achèvent? «Tous les pays ne sont pas bons à investir, dit-on au ministère de l'Economie. Avant une mission, nous nous concertons avec les Affaires étrangères. Krecké n'ira pas en Corée du Nord ou au Zimbabwe.» «Il est important de bien préparer le terrain pour traiter avec des gens à l'honorabilité reconnue», concède Pierre Gramegna. De par sa nature, le Luxembourg est toujours prudent. Nous n'allons pas chercher la difficulté.»

Au calendrier des missions économiques de 2008, le Kazakhstan, la Libye, la Tunisie, la Russie et la Chine figurent parmi les Etats où la démocratie est une valeur relative.

«CRÉDIBLE»

Lors de la visite du président russe en mai dernier, seuls Déi Gréng et Amnesty regrettaient la primauté du «business as usual», pour reprendre l'expression des écolos, sur les considérations politiques. «La stratégie politique des "bonnes paroles" et d'une coopération économique approfondie n'a pas produit d'effets bénéfiques. Au contraire.» Déi Gréng n'appelleraient pas au boycott pour autant. «L'amélioration de la situation économique et sociale sert le peuple, estime François Bausch. Son absence favorise l'arrivée de la dictature». Toutefois, «trop souvent,



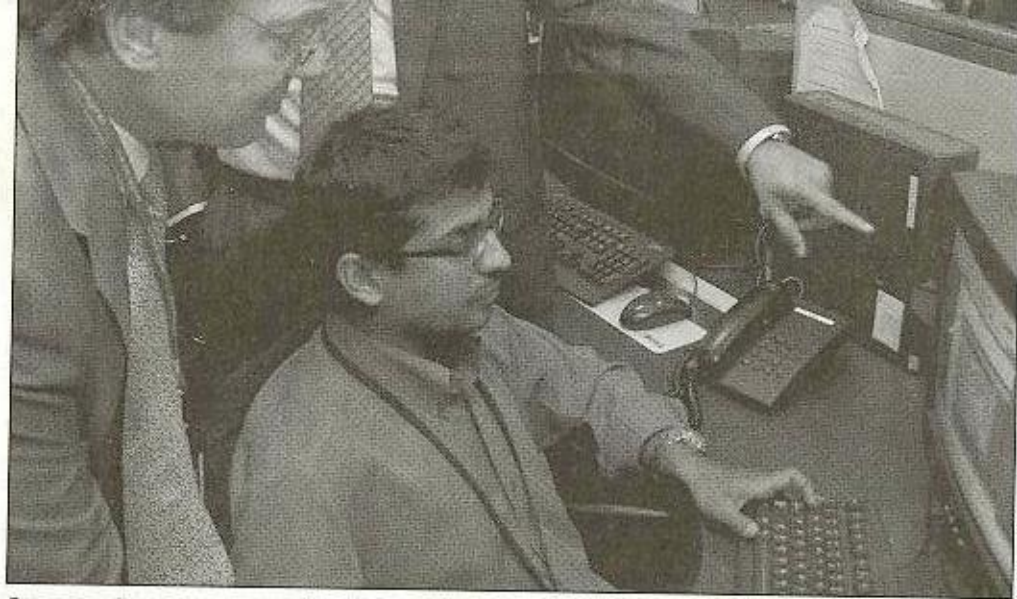


Photo: SIP

En visite dans une entreprise de Bangalore, la «Silicon Valley» indienne, avril 2007

pays différent de celui où elles se sont rencontrées.»

Pour Pierre Gramagna, il y a toujours à gagner à participer à une mission économique sur un marché qu'on convoite. «Des gens rêvent de faire des affaires en Chine ou en Inde, la mission va leur ouvrir les yeux.» Ces missions économiques sont aussi en ce sens des «missions d'exploration, permettant un certain benchmarking». Le Luxembourg continue son travail de longue haleine pour se faire connaître aux quatre coins d'une économie globalisée. «Plus on s'éloigne, plus le degré de connaissance du Luxembourg est faible». Malgré tout, quand on parle économie, le Luxembourg est toujours vu comme une référence. «A Taiwan, en Chine, aux USA, nous sommes associés à un pays qui réussit bien économiquement. Cela nous donne une aura relativement positive. De bons résultats économiques sont en fait la meilleure publicité possible.»

«... toutefois, trop souvent, on crée des liens économiques et oublie l'impact politique».

Pour aborder les questions politiques, le Luxembourg serait d'ailleurs davantage crédible et écouté que ses grands voisins. «Il a plus de possibilités d'influencer car il n'a pas les arrière-pensées des grands Etats.» Pourquoi s'en priver?

Enjeux

Les missions économiques doivent épouser les attentes des entreprises.

> Dredging & maritime management (Steinfort)

Sur son île, le cheik fait chic

Avec DMD, le grain de sable ne grippe pas les rouages. Moins encore lorsqu'il s'agit d'aménager des îles pour les richissimes cheiks.

DMD, comme Dredging and maritime management. Cette société, naguère flamande, désormais luxembourgeoise et établie à Steinfort, connaît le sable comme sa poche. Elle est l'une des quatre sociétés mondiales (deux hollandaises et deux flamandes mais ces dernières établies au Luxembourg) qui se partagent le marché mondial du dragage. Le métier s'est étendu. Ces entreprises ne limitent plus leur travail à maintenir les accès aux ports et fleuves navigables.

Sur la péninsule arabe, où se

trouve cette semaine la mission économique, DMD crée des îles. Johan Van Boxstael, directeur financier, est de la partie. Heureux. Certes, DMD entreprend déjà plusieurs projets d'envergure là-bas, pour un milliard d'euros, à réaliser en quatre ans.

COUP DE PUB

DMD aménage des îles en mer, «alternative à la plate-forme de forage, moins onéreuse et d'un impact moindre sur l'environnement», dit-il. Il devine que d'autres portes vont s'ouvrir dans une région où le dollar coule à flots. «La présence du Grand-Duc nous ouvre des portes chez les princes et les cheiks», se réjouit Johan Van Boxstael. «Nous avons rencontré l'une des cinq personnes les plus riches au monde. Des riches de cette envergure sont

toujours des clients potentiels. Nous construisons une île artificielle pour l'un d'eux, pour 200 millions d'euros. Dans ces réunions, à l'ambassade de Belgique notamment, les hôtes parlent de notre entreprise, de nos réalisations. C'est une sacrée publicité. Pour les conséquences, il faut voir plus tard. A l'occasion d'une réunion plus officielle, nous avons l'occasion d'organiser un séminaire de travail plus technique.»

A Dubaï, comme à l'occasion d'autres missions, Johan Van Boxstael a souvent l'occasion d'insister sur une lacune: l'absence de conventions sur la double imposition. «Ça fait peut-être rire le ministre, mais sans convention, nous commençons les chantiers avec une importante retenue sur les revenus. A chaque mission, je tente de convaincre.»

TENTANT

La Chambre de commerce se plie en quatre pour satisfaire les aspirations de ses membres qui se décident à participer à une mission économique. Elle propose des programmes personnalisés. Les entreprises ont en tout cas tout intérêt à suivre le wagon ministériel plutôt que de partir dans une aventure incertaine. La présence gouvernementale et celle non moins importante du souverain ou de son héritier ouvre des portes qui resteraient fermées dans le cas contraire.

«IDÉES CLAIRES»

Le bien-fondé du voyage est en tout cas évident. En affaires, «il faut toujours nouer des contacts individuels avec des fournisseurs, des gens de confiance», conseille Pierre Gramagna.

Mais l'entreprise devra déboursier la majorité des dépenses occasionnées par le voyage. Un obstacle? Non. «Si l'entreprise est décidée à développer un marché lointain, ne pas pouvoir déboursier deux ou trois mille euros pour la mission serait un indicateur effrayant quant à ses capacités à le réaliser.» Et puis avec la mission économique, «on revient avec les idées claires».

En partenariat avec une agence de voyage luxembourgeoise l'ACL, l'automobile club, lance de nouveaux produits touristiques. Elle est revenue dernièrement d'une mission au Brésil avec la (quasi)-certitude d'en devenir rapidement le représentant au Luxembourg. Une telle initiative est peut-être également envisageable en Bolivie et au Pérou.