



De gauche à droite : Carlo Thelen, Sabrina Sagramola, Jean-Claude Vesque, Jean-Claude Knebler et Robert Biber ont uni leurs efforts pour assurer une meilleure promotion du pays.

Photo : pierre matgé

Tous unis pour la même cause

L'agence «Luxembourg for Business» sera chargée de promouvoir les produits et services luxembourgeois sur les marchés mondiaux.

Qui se cache derrière cette nouvelle entité et qui en assurera le fonctionnement? Quels sont ses objectifs? Les principaux acteurs de «Luxembourg for Business» ont levé le voile, hier, sur leurs futures missions.

De notre journaliste
Nadia Di Pillo

Il y a du monde autour de la table. Et pour cause : la nouvelle agence dédiée à la promotion de l'économie luxembourgeoise baptisée «Luxembourg for Business» implique de nombreux acteurs : le ministère de l'Économie, le ministère des Classes moyennes, la Chambre de commerce, la Chambre des métiers, l'Office du Ducroire, la Société nationale de crédit et d'investissement (SNCI), la Fedil. Dès lors, une des premières missions de cette nouvelle entité sera de mieux coordonner les diverses actions de promo-

tion économique. «Il nous faut donner une image cohérente et homogène de nos actions de promotion. C'est notre souci premier», explique Sabrina Sagramola (Chambre de Commerce), tandis que pour son collègue Carlo Thelen, «il s'agit de faire un saut qualitatif au niveau de la promotion du Grand-Duché et d'aider les entreprises dans leur démarche d'internationalisation». Les objectifs ne s'arrêtent pas là. «Nous souhaitons faire une meilleure analyse des marchés afin de mieux cibler notre angle d'approche. Les entreprises luxembourgeoises doivent éviter de se lancer sur un marché à l'aveugle», enchaîne Jean-Claude Knebel, du ministère de l'Économie.

Un autre objectif est d'améliorer les flux d'information à l'intérieur même du Luxembourg. «Nous voulons inciter les entreprises à se

lancer à l'internationalisation. Beaucoup d'entreprises ne sont malheureusement pas au courant des aides existantes», regrette Jean-Claude Knebel.

➤ Un savoir-faire déjà en place

Pour réaliser ce travail, pas besoin de créer de nouvelles structures : «Nous allons travailler avec les compétences existantes». Pas question non plus de mettre en place une administration lourde, «la nouvelle entité bénéficiera essentiellement du savoir-faire déjà en place». Deux personnes seront recrutées pour assurer la coordination administrative. Par ailleurs, il est prévu de créer un conseil de gérance, qui comprend cinq membres, dont deux représentants du ministère de l'Économie, deux représentants de la Chambre de commerce et

un représentant du ministère des Affaires étrangères.

Pour ce qui est des finances, tous les acteurs impliqués apporteront leur contribution financière : 5 millions d'euros seront apportés par l'État, la Chambre de commerce participera à hauteur d'un million d'euros.

Même si les statuts officiels ne sont pas encore signés, l'équipe est déjà opérationnelle. Ainsi, elle était sur la brèche la semaine passée en Arabie saoudite. Avec la création de cette agence, les acteurs impliqués espèrent que les missions économiques à l'étranger seront mieux coordonnées. «Mais le problème qui se pose souvent est celui de faire le suivi des marchés prospectés, explique Jean-Claude Knebel. Cette mission incombe davantage aux entreprises, malheureusement, elles ne sont pas toujours outillées pour le faire».