

a&t

N°11

Actualité & tendances

Bulletin économique de la Chambre de Commerce

OCTOBRE

2011

Les exportations du Luxembourg par destination :
tendances et opportunités

Table des matières

Résumé exécutif | 3

Introduction | 8

**1. Les exportations luxembourgeoises par destination :
évolution entre 2002 et 2010¹** | 12

- 1.1. Contexte | 12
- 1.2. Le poids des principaux pays de destination | 14
- 1.3. Une structure géographique en mutation | 18
- 1.4. Prédominance des pays limitrophes en recul | 21
- 1.5. Evolution contrastée des exportations vers les autres pays de l'Europe occidentale | 24
- 1.6. Etats-Unis et Japon aussi en recul relatif avec des structures par produit divergentes | 25
- 1.7. Dynamisme vers les pays de l'Europe de l'Est (membres de l'UE) | 27
- 1.8. La Chine domine au niveau des BRICS | 28
- 1.9. Petites économies émergentes d'Asie | 31
- 1.10. Pays exportateurs de pétrole du Moyen Orient | 32
- 1.11. Conclusions de l'analyse des exportations par destination | 34

**2. Résultats de l'enquête sur les activités d'internationalisation des entreprises
au Luxembourg** | 35

- 2.1. Contexte | 35
- 2.2. Les relations commerciales extérieurs existantes | 36
- 2.3. Les marchés les plus intéressants aux yeux des entreprises | 41
- 2.4. Les foires et les salons ciblés | 43

¹ Ce chapitre a été réalisé par Guy Schuller, Conseiller Economique auprès du STATEC, avec l'assistance de Peter Höck du STATEC.

Résumé exécutif

Ce numéro du bulletin économique de la Chambre de Commerce « Actualité & tendances » est consacré à l'analyse des exportations des biens et services du Luxembourg et plus spécifiquement des destinations de celles-ci. Cette analyse comporte deux volets. Une première partie, réalisée par le STATEC, est basée sur une analyse des données statistiques collectées par l'Institut de la statistique et des études économiques sur la période 2002 à 2010 auprès des entreprises exportatrices. Son objet est de dégager les grandes évolutions en matière des destinations des exportations luxembourgeoises sur une période marquée par deux crises économiques majeures. La deuxième partie est basée sur la dernière enquête « commerce extérieur » effectuée au 1^{er} semestre 2011 par la Chambre de Commerce auprès des entreprises exportatrices, afin de connaître leurs relations commerciales actuelles avec l'étranger et leurs principaux marchés cibles pour les années 2012 et 2013.

La collaboration originale entre le STATEC et la Chambre de Commerce a permis de dégager plusieurs tendances qui se recoupent et d'identifier un vaste potentiel de développement à l'international sur les marchés en dehors de l'Europe, et notamment au niveau des BRICS et d'autres marchés émergents. La vigueur de l'exploitation de ce potentiel semble encore être plus limitée au Grand-Duché qu'au niveau global. Il en découle des opportunités importantes tant pour les entreprises luxembourgeoises elles-mêmes que pour les autorités publiques et les organisations en charge du soutien des entreprises exportatrices et de la promotion du commerce extérieur.

– Sans l'ouverture au commerce mondial et aux flux des facteurs de production, le Luxembourg n'aurait pas pu enregistrer les taux de croissance économique qui ont été les siens au cours des dernières décennies. Comme le remarque le professeur Lionel Fontagné² : « [...] le Luxembourg a ainsi réussi à avoir un taux de croissance digne d'un pays en rattrapage ». Deux facteurs expliquent notamment le succès du modèle économique luxembourgeois et qui découlent d'un choix volontariste lié notamment à l'exiguïté de son territoire : l'intégration dans des espaces économiques et politiques plus vastes et l'ouverture économique en découlant.

Aujourd'hui, les performances économiques du pays sont largement portées par les échanges de biens et de services et les flux de capitaux avec l'étranger. Au Grand-Duché, la balance courante, qui comporte les exportations et importations de biens et de services, ainsi que les flux de revenus et les transferts courants, se caractérise par un excédent oscillant entre 5 et 13% du PIB entre 1995 et 2010 (7,8% du PIB en 2010), ce qui constitue un pourcentage très élevé en comparaison internationale. Pour ce qui est de la balance des biens et des services – une des balances partielles de la balance courante –, quelque 80% des biens et services produits au Luxembourg sont destinés à l'exportation. Ainsi, l'effet de levier d'une augmentation soutenue des échanges extérieurs, à travers la hausse de la demande internationale de biens et services adressée aux entreprises luxembourgeoises, a un impact important sur la richesse économique luxembourgeoise.

² « Compétitivité du Luxembourg : après la bulle », février 2010.

– De par le passé, le Luxembourg a pu accueillir, grâce à sa localisation géographique avantageuse et de par leur rétribution intéressante, de très importants flux d'investissements directs étrangers. Ces capitaux ont permis, entre autres, au pays de développer une industrie exportatrice, avec une surpondération des exportations à destination de nos trois pays voisins. Le Luxembourg sert par ailleurs de plateforme de pénétration au grand marché européen pour nombre d'entreprises multinationales. La taille du marché national, même agrandi à la Grande Région, étant fortement réduite, les échanges extérieurs constituent du reste toujours le moteur de croissance de prédilection de l'économie luxembourgeoise. Or, le régime de ce moteur dépend directement d'un ensemble de conditions phares, dont le comportement et la vigueur de la demande internationale, la compétitivité des facteurs de production au Luxembourg, la qualité des produits et services offerts, la promotion à l'étranger des produits et services, etc.

La vitalité extraordinaire du secteur financier a quelque peu masqué les problèmes structurels affectant notre économie, et notamment son tissu industriel. Or, vu les incertitudes régnant actuellement sur les marchés internationaux englobant le secteur financier, il serait peu prudent de supposer que les taux de croissance historique enregistrés au Luxembourg, largement dépendants des performances du secteur financier, puissent être pérennisés à l'avenir et, partant, que ce secteur soit à même de contribuer dans les proportions habituelles au financement de notre modèle social et au budget de l'Etat au sens large. A l'avenir, il faut persévérer dans les efforts de développement et de diversification économiques, offrir à l'économie luxembourgeoise les conditions propices à son développement durable, et développer les activités d'internationalisation des entreprises luxembourgeoises et les efforts de promotion afférents.

– Au cours des dernières décennies, la structure par produit des exportations de biens et de services du Luxembourg a profondément changé. Actuellement, la valeur des exportations de services est plus de cinq fois supérieure à celle des exportations de biens, ce qui est une particularité luxembourgeoise. En effet, sur le plan européen et mondial, la valeur des échanges internationaux de services ne représente qu'un cinquième de celle des échanges de marchandises. La situation est donc inversée au Luxembourg. Même en excluant les services financiers, les exportations de services dépassent depuis 2003 celles des marchandises.

Au niveau de l'orientation géographique – sujet qui fait l'objet de la présente étude –, les mutations sont moins significatives et les exportations du Luxembourg restent largement orientées vers le continent européen et plus particulièrement vers les pays voisins. Sur base des chiffres collectés par le STATEC auprès des entreprises exportatrices luxembourgeoises, des changements sont à déceler au niveau de certains pays et/ou de certaines zones. Plus des 4/5 des exportations sont destinées aux « marchés avancés » (c'est-à-dire la plupart des pays industrialisés), mais leur part relative est en recul. En revanche, les « marchés émergents » ont connu une extension de leur part relative (de 5 points de pourcentage pour les biens et de 3,3 points pour les services autres que financiers entre 2002 et 2010), mais les exportations totales vers ces marchés restent modestes. Alors que la crise a affecté les flux vers ces deux marchés, la reprise en 2010 a été bien plus soutenue du côté des « marchés émergents ».

L'Allemagne reste de loin le principal pays de destination dans tous les domaines : biens, services financiers et autres services. Alors que sa part relative s'est encore étendue, celle des deux autres pays voisins a rétréci et la France continue à devancer la Belgique.

L'évolution vers les autres pays de l'Europe de l'Ouest est très contrastée, tant par pays que par produit. Globalement, la part relative est en recul pour les exportations de biens et en extension pour les services autres que financiers – surtout vers le Royaume-Uni qui devient le troisième principal pays de destination.

Les Etats-Unis sont de loin le principal pays de destination en dehors de l'UE, mais leur part relative est en recul pour les exportations de biens et de services autres que financiers.

Les exportations vers les nouveaux Etats membres de l'UE sont en forte expansion ; en termes de niveau, les exportations de biens prédominent encore pour la plupart des pays, même si un effet de rattrapage semble se dégager du côté des services (croissance annuelle moyenne entre 2002 et 2010 de 25% pour les services, contre 7,5% pour les biens).

Les BRICS absorbent 3% des exportations de biens du Luxembourg, alors que la part des BRICS dans les importations mondiales tourne autour de 14%. La Chine est de loin le premier pays de destination de ce bloc hétérogène, suivie de la Russie pour les biens et du Brésil pour les services. Plus de 2% des exportations du Luxembourg sont destinées aux petites économies émergentes d'Asie, où Hong Kong est de loin le principal marché.

Les exportations vers les pays exportateurs de pétrole du Moyen Orient connaissent également une forte expansion, notamment du côté des services autres que financiers (+27%).

– Traditionnellement, les exportations du Luxembourg sont concentrées sur les pays limitrophes, voire sur le marché européen. Ceci vaut pour les exportations aussi bien de marchandises que de services autres que financiers.

Deux facteurs majeurs semblent à l'origine de cette tendance : la recherche de marchés de proximité par la quasi-totalité des entreprises ainsi que le point stratégique des filiales d'entreprises multinationales implantées au Luxembourg en quête du développement d'activités en Europe (*export platform FDI*). Les filiales d'entreprises étrangères implantées dans l'industrie du Luxembourg assurent 94% des exportations de marchandises de l'industrie et leurs activités d'exportation sont toutes prioritairement destinées vers les pays limitrophes³.

Nonobstant cette orientation traditionnelle vers le marché européen, certaines entreprises semblent avoir tiré avantage des nouvelles opportunités qui se sont dégagées par l'émergence de nouveaux marchés sur les autres continents, et notamment en Asie. Ceci est bien traduit par des taux de croissance des exportations vers les marchés émergents bien supérieurs à ceux des ventes sur les marchés avancés, ainsi que par l'extension de la part relative des marchés émergents au niveau des exportations totales.

Tant dans le domaine des biens que dans celui des services, des entreprises résidentes ont ainsi osé se lancer dans la « grande exportation » et ont pu saisir les opportunités qui se sont présentées sur les marchés émergents. D'autres opportunités sont sans doute à saisir par ces mêmes entreprises et par d'autres PME et PMI.

– Les évolutions et tendances retracées par le STATEC sur base de l'analyse portant sur les années 2002 à 2010 sont corroborées par les résultats d'une enquête réalisée par la Chambre de Commerce auprès de ses ressortissants. Cette enquête, réalisée au 1^{er} semestre 2011, vise, d'un côté, à connaître les principaux marchés avec lesquels les entreprises luxembourgeoises entretiennent d'ores et déjà des relations commerciales et, de l'autre côté, à identifier les principales cibles de ces dernières quant à leur stratégie d'expansion à l'étranger sur les années 2012 et 2013. Il en découle notamment que les échanges extérieurs de biens et de services des entreprises luxembourgeoises se concentrent sur le marché européen et, en particulier, sur les trois pays voisins. Il en est de même concernant les principaux marchés ciblés pour le développement à l'international au cours des deux prochaines années : les trois pays voisins (dont les marchés de la Grande Région) et les pays européens dominant, mais les marchés émergents (BRICS, Moyen Orient) intéressent davantage nos exportateurs. Il en est de même des pays asiatiques et de quelques pays d'Afrique du Nord.

³ Source: Schuller et al 2010.

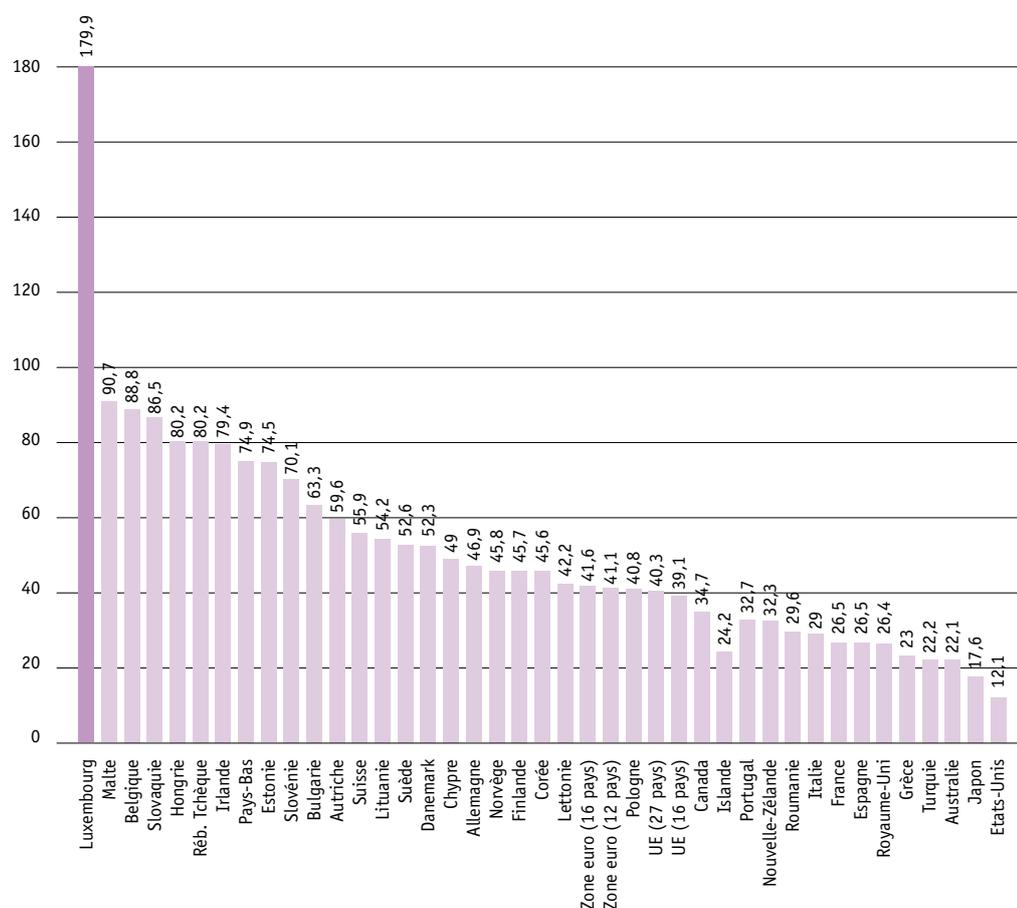
Compte tenu du dynamisme de certains de ces marchés et des opportunités en découlant pour de nombreuses entreprises et PME innovantes, le potentiel de développement des exportations sur les destinations afférentes est important. Exploiter au maximum ce potentiel, telle doit être la devise pour permettre à nos entreprises d'étendre leurs marchés et pour diversifier davantage les destinations de nos exportations de biens et de services. Il est évident que les plus petites entreprises ont plus de difficultés à saisir ces opportunités sur des marchés plus lointains, qui présentent également de nombreux risques. Ainsi, il est important d'offrir à ces entreprises des actions de soutien ciblées et taillées sur mesure.



Introduction

Les échanges commerciaux sont d'une importance primordiale pour le Luxembourg, petit pays qui ne peut pas compter sur son seul marché domestique pour se développer et connaître une croissance durable. Pour preuve, quelque 80% des biens et services produits au Luxembourg sont destinés à l'exportation et le ratio des exportations par rapport au PIB atteint des proportions extrêmement élevées en comparaison internationale, et ce même en relation avec d'autres petites économies comme le montre le graphique 1.

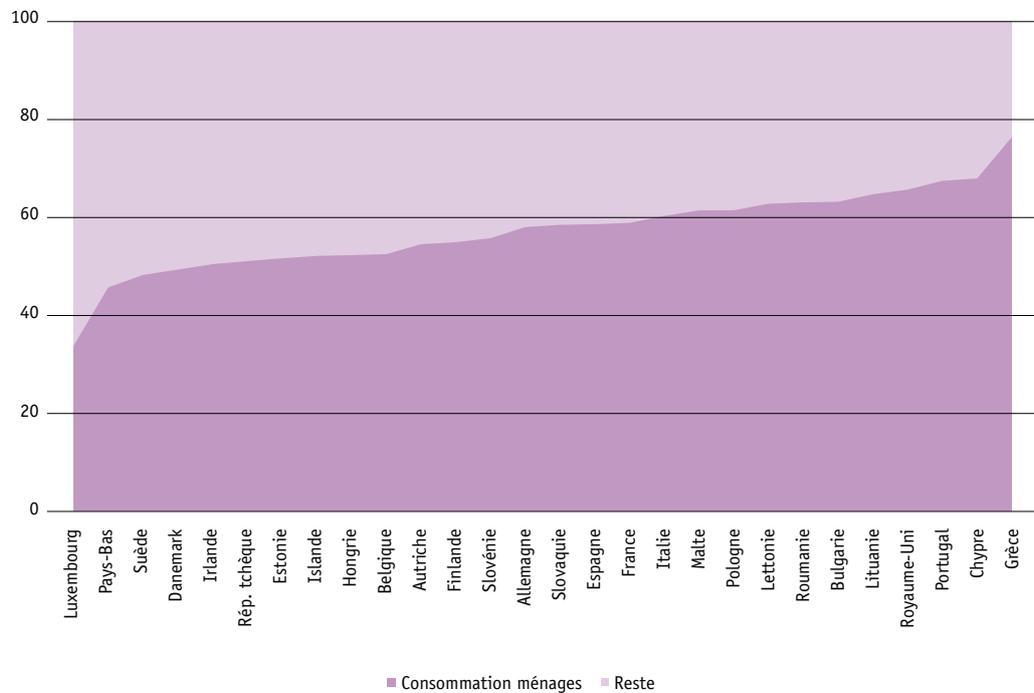
Graphique 1: Exportations de biens et de services (en % du PIB)



Source: Economie et Statistiques – Working Papers du STATEC n° 37, mars 2010.

La dépense de consommation des ménages luxembourgeois ne représente environ qu'un tiers du PIB. Alors qu'en France, la dépense de consommation des ménages représente environ 56% de la production marchande de biens et de services, ce rapport chute à 31% au Grand-Duché. En termes absolus, en 2008, la consommation des ménages luxembourgeois représentait quelque 10,4 milliards EUR en parités de pouvoir d'achat sur un PIB de 33,9 milliards EUR (se référer au graphique 2).

Graphique 2 : Part de la consommation des ménages dans le PIB, comparaison européenne



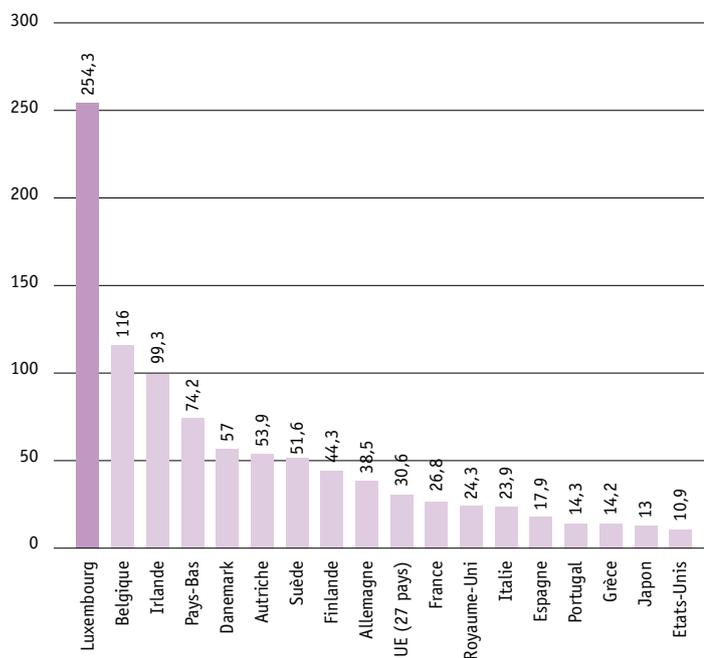
Source : Eurostat. Données finales pour l'année 2010 (actualisation janvier 2011).

Le marché national est peu important, voire négligeable, pour la plupart des filiales de sociétés multinationales ayant établi une présence au Luxembourg et desservant les marchés des grands pays limitrophes⁴.

Un salarié luxembourgeois « génère » 254.300 USD d'exportations de biens et de services, comme il ressort du graphique 3. En Allemagne, pourtant considérée « championne du monde des exportations », cette valeur n'est que de 38.500 USD par an. Les écarts entre ces deux pays au niveau du ratio des exportations par rapport au PIB sont tout aussi saisissants.

⁴ A titre d'illustration, voir STATEC, Economie et statistiques – Working Papers n° 38 « Comportement à l'exportation des firmes multinationales [...] », mars 2010, page 10.

Graphique 3 : Exportations de biens et de services par personne employée (par milliers d'USD)



Source : Working Papers du STATEC n° 37, mars 2010.

L’empreinte économique du Luxembourg dépasse donc largement ses frontières. Cette tendance ne persistera que si le Grand-Duché et les entreprises du pays restent compétitifs par rapport aux partenaires économiques. Comme toute économie ouverte de petite taille qui évolue dans un environnement globalisé, le Luxembourg est en effet sujet à des défis cruciaux. Son ouverture rend l’appareil de production national particulièrement dépendant de la demande internationale et, partant, très vulnérable en cas de choc d’envergure mondiale. Le Luxembourg doit donc chercher des moyens de diversifier son économie en ayant accès à de nouveaux marchés.

De par le passé, le Luxembourg a pu accueillir, grâce à sa localisation géographique avantageuse et de par leur rétribution intéressante, de très importants flux d’investissements directs étrangers. Ces capitaux ont permis, entre autres, au pays de développer une industrie exportatrice, avec une surpondération des exportations à destination de nos trois pays voisins. Le Luxembourg sert également de plateforme de pénétration au grand marché européen pour nombre d’entreprises multinationales. La taille du marché national, même agrandi à la Grande Région, étant fortement réduite, les exportations ont constitué de par le passé le moteur de croissance de prédilection de l’économie luxembourgeoise. Or, le régime de ce moteur dépend directement d’un ensemble de conditions phares, dont la compétitivité des facteurs de production.

La vitalité extraordinaire du secteur financier a quelque peu masqué les problèmes structurels affectant l’économie luxembourgeoise, et notamment son tissu industriel. Or, vu les incertitudes régnant actuellement sur les marchés internationaux, il serait peu prudent de supposer que les taux de croissance historiques, largement exogènes à l’économie luxembourgeoise, puissent être pérennisés à l’avenir et, partant, que ce secteur soit à même de contribuer dans les proportions habituelles au financement de notre modèle social et au budget de l’Etat au sens large. A l’avenir, il faut persévérer dans les efforts de développement et de diversification économiques, offrir à l’économie luxembourgeoise les conditions propices à son développement durable et développer les activités d’internationalisation des entreprises luxembourgeoises et les efforts de promotion afférents.

Il est par conséquent nécessaire d'inciter davantage les PME, ainsi que les PMI à accroître continuellement leurs parts de marchés à l'étranger. La Chambre de Commerce est un partenaire privilégié de ces entreprises qui ambitionnent d'exporter leurs activités. Par le biais de missions économiques et commerciales à l'étranger, ces entreprises peuvent ainsi aller à la rencontre d'éventuels partenaires et de débouchés potentiels.

Afin de définir de manière efficiente son programme de travail, la Chambre de Commerce se coordonne avec les ministères luxembourgeois, mais réalise également des enquêtes auprès de ses ressortissants. Dans ce cadre et pour l'élaboration du programme d'internationalisation des entreprises pour les années 2012 et 2013, la Chambre de Commerce a mené, au cours du premier semestre 2011, une enquête auprès des entreprises luxembourgeoises exportatrices qui fera l'objet de la deuxième partie de la présente publication.

Avant de présenter cette analyse qui porte sur les projets des entreprises en matière de leur stratégie de développement à l'international, il est intéressant d'étudier l'évolution des exportations du Luxembourg par destinations enregistrée dans le passé et retracée par les statistiques du commerce extérieur.

A travers sa mission de collecte des statistiques afférentes auprès des entreprises luxembourgeoises, le STATEC a pu identifier quelques tendances intéressantes qui ont caractérisé les exportations de biens et de services par destinations entre 2002 et 2010. Cette étude, qui fait l'objet de la première partie du présent document, considère – au niveau agrégé et dans la comparaison mondiale – les exportations de biens ainsi que celles des services dans leur totalité (y compris les services financiers). Compte tenu de l'aspect très particulier des transactions internationales sur services financiers – et des problèmes méthodologiques afférents – l'examen de l'orientation des exportations par destination a été réduit aux biens et aux services autres que financiers. Cette option permet aussi de gagner en pertinence au niveau de l'analyse économique en comparant des acteurs engagés dans des conditions relativement comparables dans la compétition internationale.

1. Les exportations luxembourgeoises par destination : évolution entre 2002 et 2010⁵

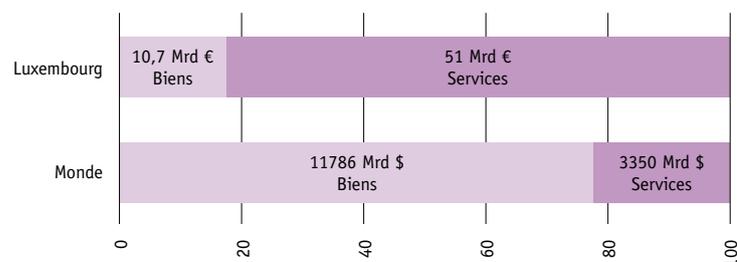
1.1. Contexte

Au cours de la dernière décennie, le Luxembourg a été l'un des rares pays développés à avoir connu une extension de ses parts de marché mondiales⁶. En effet, sous la percée notable de nombreux pays émergents, la plupart des pays occidentaux ont vu reculer leur part de marché, même si le volume des exportations a continué à augmenter. Cet effet relatif s'est produit à la suite de la croissance plus rapide des exportations des pays d'autres parties du monde.

La bonne tenue des exportations du Luxembourg est essentiellement due aux exportations de services. En effet, pour les expéditions de marchandises, le Luxembourg note aussi un recul relatif. Au niveau des services, ce sont bien sûr les services financiers qui ont connu une progression impressionnante, mais les autres types de services ont également enregistré une poussée et depuis 2003, le montant total des exportations de services autres que financiers dépasse celui des marchandises.

Le rôle joué par les services dans les exportations totales est très particulier au Luxembourg et est diamétralement opposé à la situation du monde ou de l'Europe. Alors qu'au plan mondial les marchandises continuent à couvrir l'essentiel (quelque 80%) des échanges de biens et de services et les services seulement 1/5 – avec toutefois une tendance croissante pour les services –, la situation est totalement inversée au Luxembourg. En 2010, les services couvraient 83% du total des biens et des services exportés, contre seulement 17% pour les marchandises.

Graphique 4 : Part relative des biens et services dans les exportations totales



Sources : WTO et STATEC ; calculs de l'auteur.

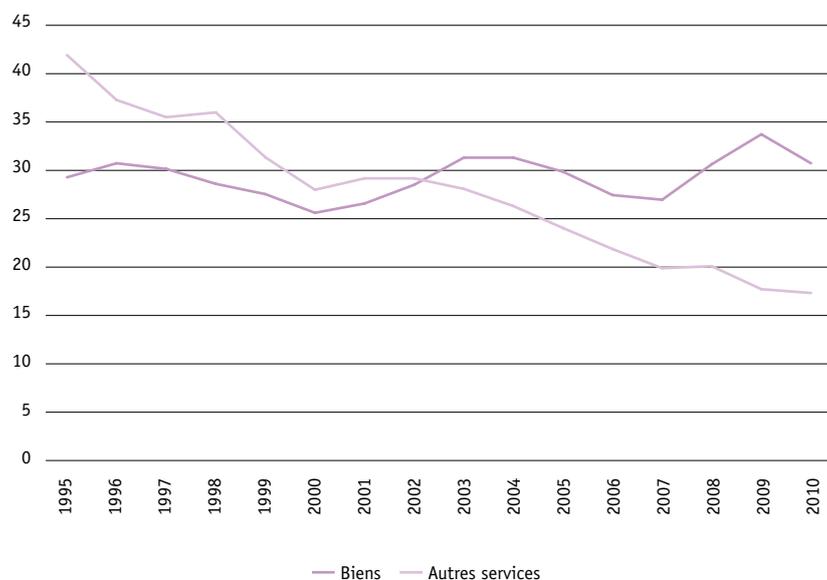
⁵ Ce chapitre a été réalisé par Guy Schuller, Conseiller Economique auprès du STATEC, avec l'assistance de Peter Höck du STATEC.

⁶ Höck et al, 2010.

Ceci est évidemment dû au rôle majeur de la place financière et de la spécialisation dans la gestion de fortune. Les commissions touchées par les gestionnaires sont enregistrées comme des exportations de services financiers dont la somme s'est chiffrée au cours des dernières années à quelque 32 milliards d'euros, soit environ la moitié des exportations totales de biens et de services. Mais même si l'on fait abstraction des services financiers, les exportations d'autres services se chiffrent en 2010 à 19 milliards d'euros, soit un montant bien supérieur aux exportations de biens (10,6 milliards d'euros).

C'est au cours des quinze dernières années que la structure par produit des exportations du Luxembourg a fortement changé. Vers le milieu des années 90 le montant total des services a continué à dépasser la valeur des exportations de biens et depuis 2003 la valeur des exportations de services autres que financiers est régulièrement supérieure à celle des exportations de biens.

Graphique 5 : Part relative des biens et des services autres que financiers dans les exportations totales du Luxembourg



Sources: BCL; STATEC.

Il ressort d'une étude⁷ très récente analysant les déterminants de l'évolution des parts de marché en la décomposant dans ses effets de produits, ses effets géographiques et ses effets mixtes que l'essentiel de l'amélioration est induit par ces derniers effets. Alors que les effets de produits ont dans leur totalité également un impact positif, mais relativement modeste, les effets géographiques sont dans toutes les constellations (au total, en faisant abstraction des services financiers ou en considérant certains groupes de produits) plutôt négatifs. Ceci provient notamment du fait que les exportateurs du Luxembourg sont insuffisamment orientés vers les marchés émergents. C'est sur cette toile de fond qu'il s'avère utile d'approfondir l'analyse de l'orientation géographique des exportations du Luxembourg.

A cette fin, la présentation est structurée de la manière suivante: après un premier regard sur les principaux pays de destination, on procède à une structuration autour de neuf zones géographiques qui seront d'abord analysées de manière agrégée avant d'examiner la structure et l'évolution de chaque zone en considérant des aspects particuliers des pays qui la composent.

⁷ Höck et al, 2011.

1.2. Le poids des principaux pays de destination

Globalement, les dix principaux pays de destination absorbent environ les 4/5 des exportations totales du Luxembourg.

Tableau 1: Principaux pays de destination du Luxembourg pour les exportations de biens et de services

	TOTAL SERVICES* 2009			TOTAL BIENS 2009		
	Pays	Valeur en Mio €	Part relative	Pays	Valeur en Mio €	Part relative
1	DE	8 214	19,3	DE	2 536	27,7
2	UK	6 028	14,1	FR	1 593	17,4
3	BE	4 337	10,2	BE	1 240	13,5
4	FR	4 317	10,1	NL	470	5,1
5	CH	3 775	8,8	IT	431	4,7
6	IT	2 818	6,6	UK	407	4,4
7	NL	2 082	4,9	US	302	3,3
8	US	1 964	4,6	ES	200	2,2
9	JP	778	1,8	PL	150	1,6
10	ES	765	1,8	AT	143	1,6
Total "Top Ten"		35 078	82,2		7 472	81,6

* Y compris services financiers

Sources : pour les services : BCL, STATEC ; pour les biens : STATEC ;
WTO table I.8, I.10 ; calculs de l'auteur.

Dans l'ensemble, le classement par pays dégage un constat évident : indépendamment du domaine considéré (biens, services financiers ou autres services), la première place revient toujours à l'Allemagne. Pour les exportations de biens et pour les services autres que financiers, elle n'occupe pas seulement la première place, mais elle a en plus enregistré une extension de sa part relative. Ce n'est que dans le domaine des services financiers que l'on note en 2010 un recul par rapport aux années précédentes.

Tableau 2: Allemagne – premier pays de destination
(Part dans les exportations totales du Luxembourg en 2010)

Biens et services	18,9%
Biens	26,8%
Services	17,0%
Services financiers	15,3%
Autres services	19,8%

Derrière l'Allemagne, les positions varient beaucoup selon les domaines considérés. Pour les exportations de marchandises les deux autres pays limitrophes suivent traditionnellement : depuis le début des années 90, c'est la France (16%) qui devance la Belgique (13%). Après ce premier cercle, on peut retenir un second avec le Royaume-Uni, l'Italie et les Pays-Bas avec des parts relatives allant de 5 à 7%. Avec 3,5% les Etats-Unis sont en 2010 le premier pays de destination en dehors du continent européen et devançant la Suisse et l'Espagne, ainsi que la Pologne qui occupe en 2010 la 10^e position et absorbe 1,5% des exportations de marchandises du Luxembourg.

Pour les exportations de services autres que financiers, la composition de la liste est identique à celle des exportations de marchandises à l'exception d'un seul pays : la Pologne (10^e pour les marchandises) est remplacée par Hong Kong qui prend cette position pour lesdits services. En revanche, le degré de dispersion varie un peu et on retient surtout que l'écart entre le premier pays et le quatrième est nettement moins important pour lesdits services (10 points de pourcentage) que pour les biens (20 points). Par ailleurs, les positions sont légèrement décalées ; alors que la France vient aussi en seconde place, c'est le Royaume-Uni qui vient en troisième position devant la Belgique et ceci régulièrement depuis 2005. De même les Etats-Unis se placent devant l'Italie, contrairement aux exportations de marchandises.

Les tableaux 3 et 4 comparent la liste des « Top Ten » des pays de destination du Luxembourg avec la liste des principaux pays importateurs au plan mondial. Dans la partie supérieure de chaque tableau sont repris les pays qui figurent dans les deux listes ; la partie inférieure reprend les pays qui font parti des « Top Ten » soit du Luxembourg, soit du monde, avec leur rang respectif dans chaque liste.

Tableau 3 : Principaux pays de destination du Luxembourg et principaux pays importateurs au plan mondial pour les échanges de services

SERVICES* 2009							
Luxembourg				Monde			
Rang	Pays	Valeur en Mio €	Part relative	Rang	Pays	Valeur en Mrd \$	Part relative
1	DE	8 214	19,3	2	DE	253	8,1
2	UK	6 028	14,1	3	UK	161	5,1
4	FR	4 317	10,1	6	FR	126	4,0
6	IT	2 818	6,6	7	IT	115	3,6
7	NL	2 082	4,9	10	NL	85	2,7
8	US	1 964	4,6	1	US	331	10,5
9	JP	778	1,8	5	JP	147	4,7
10	ES	765	1,8	9	ES	87	2,8
Sous total		26 966	63,2			1 305	41,5
3	BE	4 337	10,2	15	BE	74	2,4
5	CH	3 775	8,8	28	CH	36	1,1
20	CN	166	0,4	4	CN	158	5,0
12	IE	238	1,1	8	IE	103	3,3
Total "Top Ten"		35 078	82,2			1 566	49,8

* Y compris services financiers

Sources : Services : BCL ; STATEC ; WTO table I.10 ; calculs de l'auteur.

Même si le classement des pays est évidemment bien différent, force est de constater que respectivement huit pays (pour les services) et sept pays (pour les biens) sont communs aux deux listes. La divergence la plus notable est sans doute à observer pour les Etats-Unis – seulement à la fin de la liste du côté luxembourgeois – et pour la Chine (absente de cette liste).

Un autre point de divergence est que la couverture (plus de 80%) des principaux pays partenaires du Luxembourg tranche nettement avec la structure mondiale du commerce où les dix pays « leaders » n'accaparent que la moitié des importations totales respectivement des biens et des services. Le taux bien plus élevé du côté luxembourgeois s'explique surtout par l'importance jouée par les trois premiers pays de destination. Pour les biens ainsi que pour les services autres que financiers, ils cumulent à eux seuls plus de la moitié des ventes à l'étranger du Luxembourg. En revanche, pour les services financiers, le tableau est un peu plus diversifié et le nombre de pays dépassant individuellement les 10% s'élève à quatre. De manière générale, cette comparaison met en exergue à quel point les exportations sont concentrées sur certains pays, mais aussi à quel point les exportations sont destinées vers des marchés géographiquement proches.

Tableau 4: Principaux pays de destination du Luxembourg et principaux pays importateurs au plan mondial pour les échanges de biens

BIENS 2009							
Luxembourg				Monde			
Rang	Pays	Valeur en Mio €	Part relative	Rang	Pays	Valeur en Mrd \$	Part relative
1	DE	2 536	27,7	3	DE	938	7,4
2	FR	1 593	17,4	4	FR	560	4,4
3	BE	1 240	13,5	10	BE	352	2,8
4	NL	470	5,1	7	NL	445	3,5
5	IT	431	4,7	6	UK	482	3,8
6	UK	407	4,4	8	IT	413	3,3
7	US	302	3,3	1	US	1605	12,7
Sous total		6 980	76,2			4 795	37,9
8	ES	200	2,2	13	ES	288	2,3
9	PL	150	1,6	21	PL	147	1,2
10	AT	143	1,6	22	AT	143	1,1
12	CN	133	1,4	2	CN	1006	7,9
26	JP	31	0,3	5	JP	552	4,4
17	HK	83	0,9	9	HK	352	2,8
Total "Top Ten"		7 472	81,6			6 705	53,0

Sources: STATEC; WTO table I.8; calculs de l'auteur.

En dehors de cette concentration sur les principaux partenaires commerciaux (Allemagne, France et Belgique pour les biens et Allemagne, Royaume-Uni et Belgique pour les services), la part cumulée des sept économies suivantes est bien plus rapprochée: elle est même très similaire pour les biens avec un quart du total respectivement pour les exportations du Luxembourg et pour les importations mondiales. En revanche, il y a un écart pour les services où l'on note au plan mondial une part encore semblable à celle des biens (26%), alors que pour les exportations du Luxembourg l'importance relative est de 39%.

1.3. Une structure géographique en mutation

Alors que les exportations du Luxembourg restent largement orientées sur le marché intérieur de l'UE, la part relative des exportations intra-UE continue toutefois à reculer dans tous les domaines. Pour l'ensemble des biens et des services, le poids de l'intra-UE diminue de 5 points de pourcentage pour tomber en 2010 à 72%, contre 77% en 2002. Un tel rétrécissement de l'ordre de 2 à 4 points de pourcentage est noté pour les exportations de biens, de services financiers et des autres services.

Tableau 5: Exportations du Luxembourg

	VALEUR	PART RELATIVE		CROISSANCE ANNUELLE MOYENNE
	2010	2002	2010	2002-2010
Biens	en Mio €	%	%	%
Total	10.684			
"Marchés avancés"	8.969	90,1	83,9	1,3
Pays limitrophes	6.182	57,6	57,9	2,2
Autres pays de l'Europe de l'Ouest	2.462	28,8	23,0	-0,6
Etats-Unis et Japon	325	3,7	3,0	-0,5
"Marchés émergents"	1.159	5,7	10,8	10,7
Nouveaux Etats membres de l'Europe de l'Est	484	3,0	4,5	7,5
BRICS	346	1,5	3,2	12,8
Petites économies émergentes d'Asie	223	0,6	2,1	18,9
Pays exportateurs de pétrole de Moyen Orient	105	0,6	1,0	9,0
Reste du monde	556	4,2	5,2	4,9
Services autres que financiers				
Total	19.044			
"Marchés avancés"	16.875	93,7	88,6	9,4
Pays limitrophes	8.835	55,3	46,4	7,7
Autres pays de l'Europe de l'Ouest	6.973	32,0	36,6	12,0
Etats-Unis et Japon	1.067	6,5	5,6	8,2
"Marchés émergents"	1.422	4,2	7,5	18,2
Nouveaux Etats membres de l'Europe de l'Est	379	0,7	2,0	25,1
BRICS	544	1,4	2,9	20,6
Petites économies émergentes d'Asie	399	2,0	2,1	10,9
Pays exportateurs de pétrole de Moyen Orient	100	0,2	0,5	26,9
Reste du monde	747	2,1	3,9	19,4

Sources : pour les services : BCL, STATEC ;
pour les biens : STATEC ; calculs de l'auteur.

Même si ce mouvement de recul est donc généralisé, il convient de souligner que le degré d'orientation en termes de niveau est différent pour les services financiers que pour les autres flux – avec un écart de quelque 20 points de pourcentage en 2010. Dès lors que 82% des exportations de marchandises et de services autres que financiers sont écoulés sur le marché intérieur de l'UE, les services financiers n'y sont orientés qu'à raison de 63%. Les services financiers sont donc nettement plus orientés en dehors de l'UE. Comme la valeur des exportations de services financiers représente plus de la moitié du total des exportations de biens et de services, il est évident que les exportations de services au total (70%) et les exportations de biens et de services (72,5%) connaissent une destination intra-UE un peu plus réduite que les exportations respectivement de biens et de services autres que financiers.

A côté de cette ventilation intra-UE/extra-UE l'on peut encore présenter les résultats des exportations par pays / zones de destination selon une différenciation en fonction de la dynamique des marchés (se référer au tableau 5). A cet effet, huit zones différentes sont considérées. L'ensemble des trois premières zones – dénommé « marchés avancés » – regroupe les trois pays limitrophes, les autres pays de l'Europe de l'Ouest ainsi que comme troisième zone les Etats-Unis et le Japon. Il s'agit donc pour l'essentiel de pays industrialisés connaissant des taux de croissance plus modestes tant pour leur activité que pour leurs échanges extérieurs. Ces marchés ont absorbé en 2010 quelque 84% des exportations de marchandises du Luxembourg et 89% des services autres que financiers, soit un recul relatif de 3 points de pourcentage pour les premiers et de 5 points pour les seconds.

L'ensemble des quatre autres zones – dénommé « marchés émergents » – est caractérisé par des taux de croissance en moyenne nettement plus élevés et reflète donc des marchés en pleine expansion. Sont distinctement considérés les pays membres de l'UE situés du côté oriental, anciennement intégrés dans l'Europe de l'Est⁸, les BRICS, certains pays exportateurs de pétrole du Moyen Orient⁹, ainsi que de petites et moyennes économies émergentes d'Asie¹⁰. Une des caractéristiques de ces différentes zones est qu'elles ont toutes connu au cours des dernières années un dynamisme notable qui s'est aussi reflété au niveau des exportations du Luxembourg, notamment pour les exportations de services. Mais même pour les exportations de biens – dont l'évolution générale est nettement plus modeste que celle des services – le taux de croissance des exportations vers les « marchés émergents » est le double de celui vers les « marchés avancés ». Ces marchés émergents représentent actuellement environ 11% des exportations de marchandises et près de 8% des services autres que financiers, soit une extension de 3 points de pourcentage pour chaque domaine en moins de dix ans.

Cette répercussion au niveau de la structure géographique des exportations du Luxembourg est la conséquence de la dynamique de croissance différente sur les deux marchés et ceci tant pour les exportations de marchandises (de 1,3% en moyenne annuelle et en valeur pour les marchés avancés, contre 11% pour les marchés émergents) que pour celles des services autres que financiers (9% pour les premiers, contre 18% pour les seconds).

8 Estonie, Lettonie, Lituanie, Pologne, République Tchèque, Slovaquie, Hongrie, Slovénie, Bulgarie, Roumanie.

9 Arabie Saoudite, Koweït, Bahreïn, Qatar, Emirats Arabes Unis, Oman.

10 Corée du Sud, Hong Kong, Singapour et Taiwan.

Pour ce qui est de la répercussion de la crise économique et financière mondiale sur les exportations, une double différenciation peut être observée. D'abord en termes de domaines: les exportations de marchandises (-23% en 2009) et de services financiers (-9% en 2008 et -14% en 2009) ont été bien plus affectées que les exportations des autres services (« seulement » -3% en 2009). Pour les exportations de marchandises, ceci est parfaitement en phase avec l'évolution des exportations mondiales qui ont fléchi en 2009 de 23% en valeur. Par contre, l'évolution des exportations de services du Luxembourg semble avoir été moins affectée (-10%) que celle des autres pays qui ont chuté de 12% pour l'ensemble des services. A cela s'ajoute que les services financiers ont fléchi plus fortement et pèsent bien plus au Luxembourg que dans les autres pays. Sur cet arrière fond, le recul de 3% des services autres que financiers vient souligner la bonne performance de ces services sur les marchés étrangers – même en période de crise.

Tableau 6 : Exportations du Luxembourg

	VALEUR			CROISSANCE ANNUELLE		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Biens	Mio €			%		
Total	11.890	9.156	10.684	0,3	-23,0	16,7
"Marchés avancés"	10.281	7.828	8.969	1,5	-23,9	14,6
Pays limitrophes	6.862	5.369	6.182	4,6	-21,8	15,1
Autres pays de l'Europe de l'Ouest	3.089	2.126	2.462	-3,8	-31,2	15,8
Etats-Unis et Japon	329	333	325	-7,3	1,2	-2,5
"Marchés émergents"	1.117	888	1.159	-6,5	-20,5	30,5
Nouveaux Etats membres de l'Europe de l'Est	578	357	484	6,7	-38,2	35,7
BRICS	365	312	346	-16,1	-14,4	10,8
Petites économies émergentes d'Asie	85	139	223	-32,7	63,8	60,5
Pays exportateurs de pétrole de Moyen Orient	89	80	105	-2,3	-10,8	32,2
Reste du monde	492	439	556	-6,7	-10,8	26,6
Services autres que financiers						
Total	18.188	17.636	19.044	13,7	-3,0	8,0
"Marchés avancés"	16.400	15.996	16.875	11,5	-2,5	5,5
Pays limitrophes	8.581	8.222	8.835	8,4	-4,2	7,5
Autres pays de l'Europe de l'Ouest	6.980	6.940	6.973	15,5	-0,6	0,5
Etats-Unis et Japon	840	835	1.067	12,4	-0,6	27,7
"Marchés émergents"	1.229	1.082	1.422	35,3	-12,0	31,4
Nouveaux Etats membres de l'Europe de l'Est	265	267	379	36,9	0,9	41,7
BRICS	459	417	544	54,1	-9,1	30,4
Petites économies émergentes d'Asie	418	292	399	19,4	-30,1	36,6
Pays exportateurs de pétrole de Moyen Orient	87	106	100	30,4	20,7	-5,3
Reste du monde	559	558	747	45,2	-0,2	33,9

Sources : pour les services: BCL, STATEC ; pour les biens: STATEC ; calculs de l'auteur.

La seconde différenciation des effets de la crise concerne les marchés. En 2009, la chute des exportations de marchandises est similaire sur « les marchés avancés » et les « marchés émergents ». La différence semble se faire marquer pour la reprise en 2010 où le taux de croissance est nettement plus soutenu du côté des « marchés émergents » (30,5% en valeur) que pour « les marchés avancés » (14,6%). Une différenciation similaire se dégage pour les services autres que financiers.

1.4. Prédominance des pays limitrophes en recul

Tant pour les biens que pour les services, les exportations du Luxembourg sont largement destinées vers les pays limitrophes. On peut même parler de concentration sur ces marchés, tellement les taux d'orientation sont élevés avec des niveaux allant de 29% pour les services financiers à 58% pour les expéditions de biens. Néanmoins, la part de ces pays dans les exportations du Luxembourg est en recul pour chaque catégorie. Cette tendance est notamment très marquée depuis 2002 du côté des services avec un recul de 6 points de pourcentage pour les exportations de services financiers et de 9 points pour les autres services. Par rapport à 1995, les écarts sont respectivement de 10 points de pourcentage.

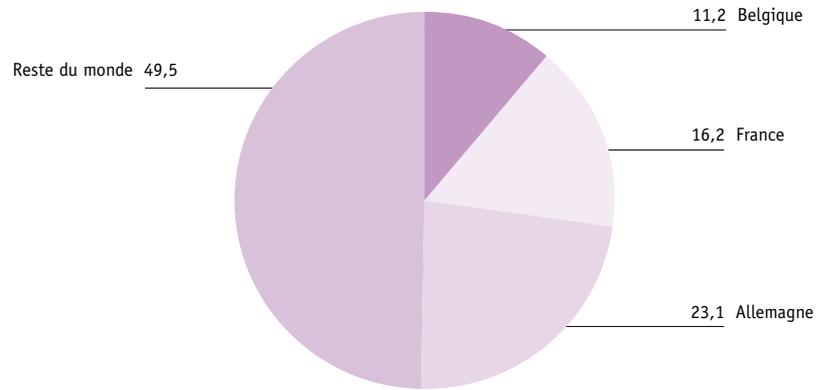
Tableau 7 : Exportations du Luxembourg vers les pays limitrophes

	MIO EURO	PART RELATIVE DANS LA RÉGION	PART RELATIVE (EN %) DANS TOTAL		CROISSANCE ANNUELLE MOYENNE
	2010	2010	2002	2010	2010/2002
Biens					
Pays limitrophes	6.182	100	57,6	57,9	2,2
Allemagne	3.084	50	25,6	28,9	3,7
Belgique	1.349	22	12,1	12,6	2,7
France	1.749	28	19,9	16,4	-0,3
Services autres que financiers					
Pays limitrophes	8.835	100	55,3	46,4	7,7
Allemagne	3.773	43	18,4	19,8	11,2
Belgique	1.984	22	17,8	10,4	3,0
France	3.079	35	19,1	16,2	7,8

Sources : pour les services : BCL, STATEC ; pour les biens : STATEC ; calculs de l'auteur.

En considérant l'ensemble des exportations de biens et de services autres que financiers, la part relative des trois pays limitrophes reste impressionnante en 2010 avec 50,5%, mais elle est en recul de quelque 6 points de pourcentage par rapport à 2002. Ce mouvement en retrait en termes de part relative se produit alors qu'une croissance annuelle moyenne est observée tant pour les biens (+ 2,2%) que pour lesdits services (+7,7%).

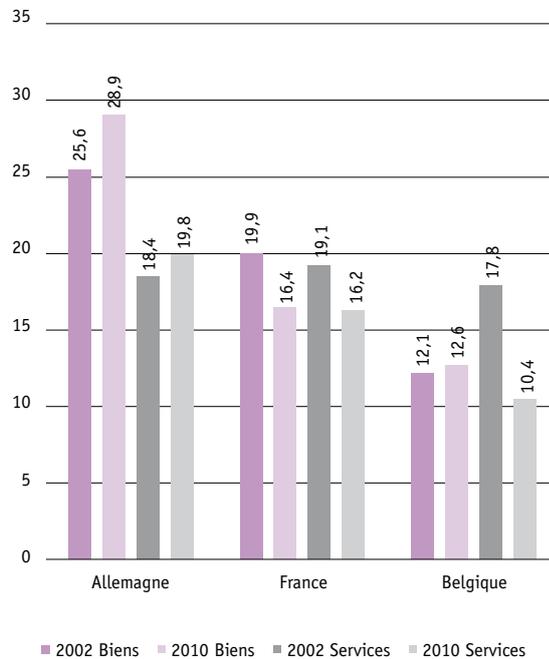
Graphique 6 : Part relative des pays limitrophes dans les exportations totales du Luxembourg de biens et de services autres que financiers



Source : STATEC.

Par pays, ce sont la Belgique (- 3,7 points) et la France (- 3,3) qui sont en recul, alors que l'Allemagne connaît une légère extension de 1,1 point. Les mouvements respectifs observés au total pour chaque pays sont également dégagés de manière séparée pour les biens et les services autres que financiers, même si les ampleurs divergent.

Graphique 7 : Part relative des exportations de biens et de services autres que financiers par pays en 2002 et 2010 (dans le total des exportations respectives)



Source : STATEC.

Graphique 8 : Part relative des pays limitrophes dans les exportations de biens du Luxembourg (1960-2010)



Source : STATEC.

L'Allemagne est de loin le principal pays de destination (alors que la Belgique reste le principal pays fournisseur pour les biens). La France suit en deuxième position et devance la Belgique.

Pour les exportations de biens, cette situation n'a pas beaucoup changé au cours des dernières décennies. Il faut remonter aux années 1950 pour voir la Belgique encore en position plus favorable. Depuis 1962 – lorsque la Belgique absorbe presque un quart des exportations totales de marchandises du Luxembourg (et l'Allemagne seulement un peu plus avec 26,6%) – le marché belge connaît un recul relatif du côté des exportateurs du Luxembourg (en dépit du maintien de relations privilégiées marquées par l'Union économique belgo-luxembourgeoise UEBL). En 2010, la Belgique n'est plus que le troisième pays de destination et seulement 12,6% des exportations du Luxembourg y sont destinées, contre 28,9% en Allemagne et 16,4% en France.

En ce qui concerne la structure par produits, distinguons l'analyse par biens et par services autres que financiers. Pour lesdits services, on note une similitude entre la France et la Belgique où les services de voyage sont la principale catégorie suivie des services d'assurance et des services aux entreprises. En revanche, au niveau de l'Allemagne ce sont les services aux entreprises qui sont de loin la principale catégorie devant les services d'assurance et les services de voyages.

Pour ce qui est des biens, les métaux communs représentent pour les trois destinations environ un quart du total, mais avec des évolutions divergentes par rapport 2002 : en recul pour la France et en extension pour l'Allemagne et la Belgique. Les matières plastiques et pneumatiques sont pour les trois destinations le second groupe de produits.

1.5. Evolution contrastée des exportations vers les autres pays de l'Europe occidentale

Globalement cette région absorbe un bon tiers des exportations de biens et de services autres que financiers du Luxembourg. Alors que la part relative de ces pays est en net recul (5,7 points de pourcentage) pour les exportations de marchandises, il faut retenir une extension notable (près de 5 points) pour lesdits services.

Quelque 40% des exportations desdits services destinées vers cette région le sont au Royaume-Uni qui absorbe dès lors environ 15% des exportations totales du Luxembourg. En 2010, il s'agissait principalement de services aux entreprises, de services de communication ainsi que de services culturels. La valeur totale de services autres que financiers exportés vers le Royaume-Uni s'est chiffrée en 2010 à 2,8 milliards d'euros, soit plus de six fois la valeur des exportations de marchandises.

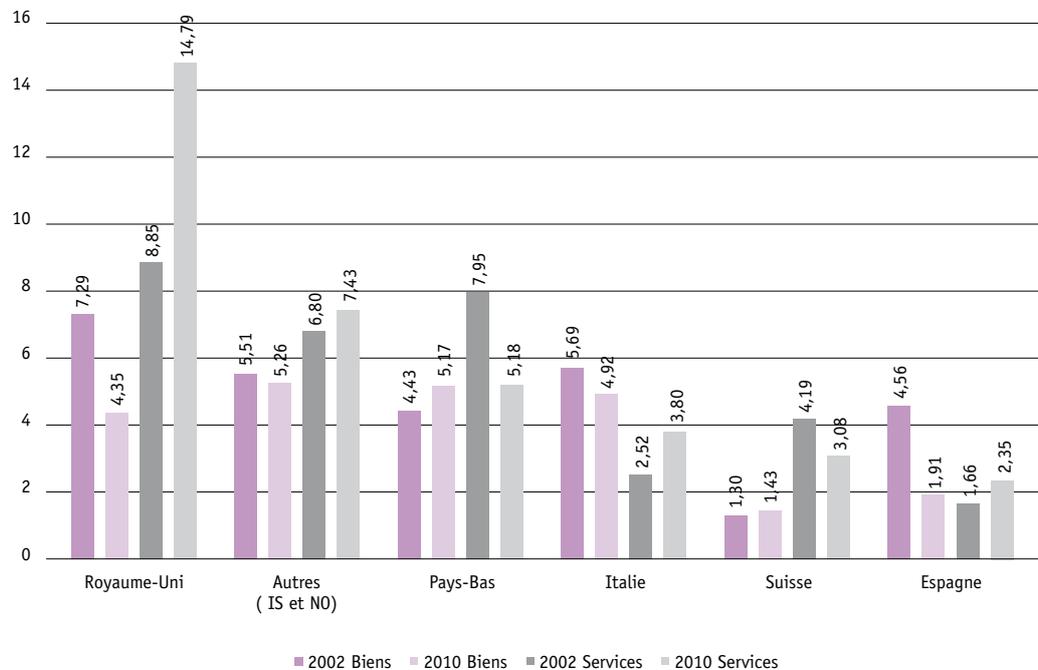
Tableau 8 : Exportations du Luxembourg vers les pays d'Europe occidentale*

	MIO EURO	PART RELATIVE DANS LA RÉGION	PART RELATIVE (EN %) DANS TOTAL		CROISSANCE ANNUELLE MOYENNE
	2010	2010	2002	2010	2010/2002
Biens					
Europe occidentale	2.462	100	28,78	23,04	-0,6
Suisse	153	6	1,30	1,43	3,4
Italie	526	21	5,69	4,92	0,3
Royaume-Uni	465	19	7,29	4,35	-4,2
Pays-Bas	552	22	4,43	5,17	4,1
Espagne	204	8	4,56	1,91	-8,4
Autres (IS et NO)	562	23	5,51	5,26	1,6
Services autres que financiers					
Europe occidentale	6.973	100	31,97	36,62	12,0
Suisse	586	8	4,19	3,08	6,0
Italie	724	10	2,52	3,80	16,0
Royaume-Uni	2.816	40	8,85	14,79	17,4
Pays-Bas	986	14	7,95	5,18	4,4
Espagne	447	6	1,66	2,35	15,0
Autres (IS et NO)	1.415	20	6,80	7,43	11,4

* À l'exclusion des pays limitrophes

Sources : pour les services : BCL, STATEC; pour les biens : STATEC; calculs de l'auteur.

Graphique 9 : Part relative des exportations de biens et de services autres que financiers par pays en 2002 et 2010 (dans le total des exportations respectives)



Source : STATEC.

Pour les exportations vers la Suisse, les services autres que financiers (représentant 3% des exportations totales du Luxembourg) sont aussi nettement plus importants que les biens, mais le facteur multiplicateur n'est que de quatre. Les services de transport et les services aux entreprises sont les catégories dominantes. Pour les deux autres économies de ce groupe de pays – à savoir l'Italie et les Pays-Bas – les exportations desdits services représentent à peine le double des exportations de marchandises. En revanche, pour l'ensemble des autres pays de la région, dont en particulier les pays du Nord de l'Europe de l'Ouest, les exportations des services autres que financiers (1,4 milliard d'euros) ne sont en 2010 que le double des exportations de marchandises (0,6 milliard d'euros).

1.6. Etats-Unis et Japon aussi en recul relatif avec des structures par produit divergentes

Les deux grandes économies industrielles qui ont dominé l'économie mondiale pendant des décennies connaissent également un léger recul relatif dans les exportations du Luxembourg. Les Etats-Unis demeurent de loin le principal partenaire commercial en dehors de l'UE avec une part relative de 4% pour l'ensemble des exportations de biens et de services autres que financiers. Leur part est légèrement plus importante pour lesdits services (5,1%) que pour les biens (2,7%). En valeur, les deux domaines ont connu dans l'ensemble une croissance de près de 7%, avec un taux supérieur pour les services autres que financiers (5,6%) que pour les biens (3%).

Tableau 9 : Exportations du Luxembourg vers les grandes économies industrialisées

	MIO EURO	PART RELATIVE DANS LA RÉGION	PART RELATIVE (EN %) DANS TOTAL		CROISSANCE ANNUELLE MOYENNE
	2010	2010	2002	2010	2010/2002
Biens					
Total	325	100	3,74	3,04	-0,5
Japon	41	12	0,50	0,38	-1,3
Etats-Unis	284	88	3,24	2,66	-0,3
Services autres que financiers					
Total	1.067	100	6,46	5,60	8,2
Japon	90	8	0,72	0,47	4,6
Etats-Unis	977	92	5,74	5,13	8,6

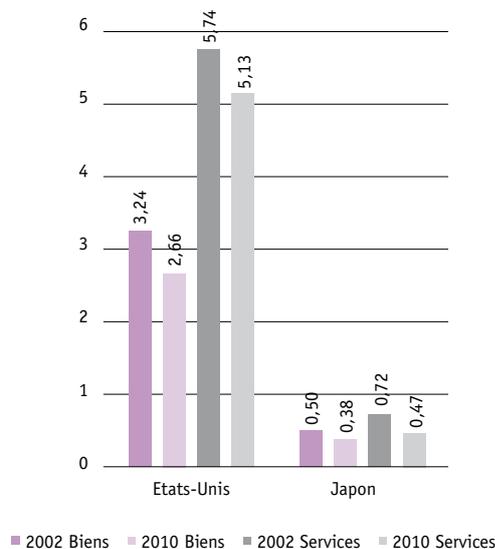
Sources : pour les services : BCL, STATEC ; pour les biens : STATEC ; calculs de l'auteur.

Métaux communs ainsi que machines et appareils ont toujours largement dominé au niveau des exportations de biens avec une part relative totale pour les deux catégories de biens variant entre 45% et 81%. Quelque 300 entreprises ont exporté au cours des dernières années outre-Atlantique. Les cinq principales d'entre elles ont assuré en 2010 quelque 42% des exportations de biens.

La composition par produits est bien différente pour le Japon avec une prédominance des matières textiles (entre 34 et 69%) suivies alternativement des matières plastiques et des métaux communs. Le nombre d'entreprises livrant dans le pays du soleil levant est d'environ 80 et les cinq principales entreprises ont à elles seules couvert en 2010 quelque 47% de la valeur totale exportée.

Parmi les services autres que financiers dominent pour les deux pays les services de transport et de communications ainsi que les services aux entreprises.

Graphique 10 : Part relative des exportations de biens et de services autres que financiers par pays en 2002 et 2010 (dans le total des exportations respectives)



Source : STATEC.

1.7. Dynamisme vers les pays de l'Europe de l'Est (membres de l'UE)

Rappelons que les relations économiques entre le Luxembourg et ces pays se sont intensifiées dès le lendemain de l'écroulement du mur de Berlin et bien avant l'intégration de ces pays dans l'UE. Au lendemain de leur intégration, la croissance des exportations vers ces marchés en expansion s'est poursuivie. Tant pour les exportations de biens que pour les services, on note une extension des parts relatives de plus d'un point de pourcentage.

Contrairement à la situation globale du Luxembourg, le montant des exportations de biens (484 millions d'euros en 2010) continue à dépasser celui des services autres que financiers (379 millions). Si la tendance de croissance nettement supérieure pour les services (25% en valeur et en moyenne annuelle entre 2002 et 2010) se confirme par rapport aux biens (7,5%), la situation devrait aussi se retourner pour les relations avec cette partie de l'UE.

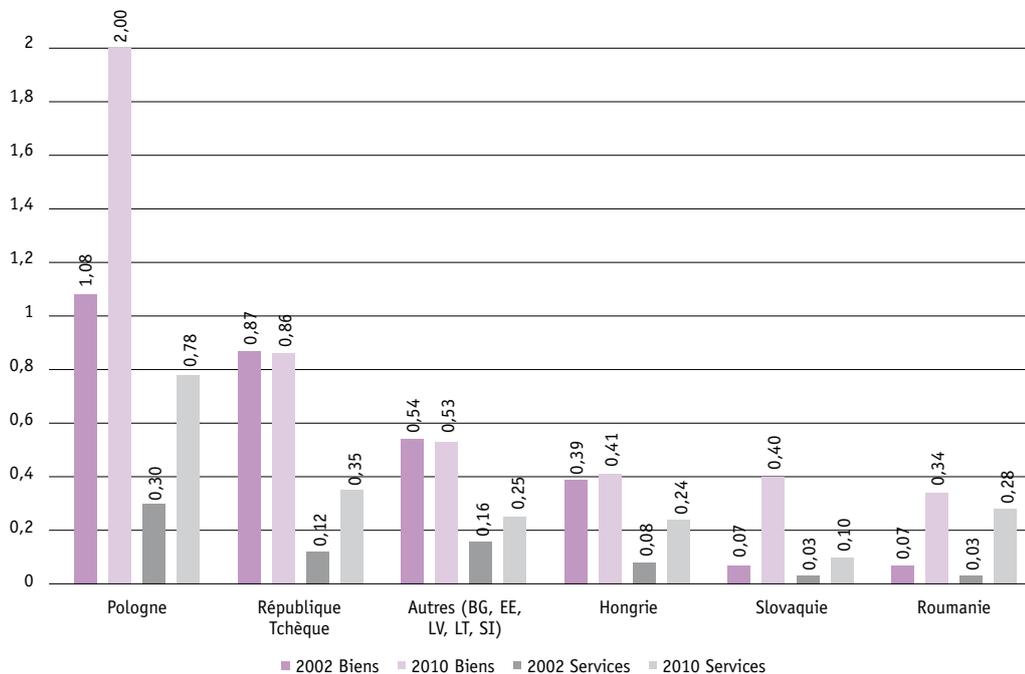
La Pologne est de loin le premier pays de destination de l'ensemble des dix pays considérés en absorbant quelque 42% des ventes dans cette région. République Tchèque (18%), Hongrie et Roumanie (10%) sont dans l'ordre les autres pays de destinations.

Tableau 10: Exportations du Luxembourg vers les nouveaux Etats membres de l'Europe de l'Est

	MIO EURO	PART RELATIVE DANS LA RÉGION	PART RELATIVE (EN %) DANS TOTAL		CROISSANCE ANNUELLE MOYENNE
	2010	2010	2002	2010	2010/2002
Biens					
Nouveaux Etats membres de l'Europe de l'Est	484	100	3,02	4,53	7,5
Pologne	213	44	1,08	2,00	10,4
République Tchèque	92	19	0,87	0,86	2,0
Slovaquie	42	9	0,07	0,40	26,3
Roumanie	36	7	0,07	0,34	23,9
Hongrie	44	9	0,39	0,41	3,0
Autres (BG, EE, LV, LT, SI)	56	12	0,54	0,53	1,9
Services autres que financiers					
Nouveaux Etats membres de l'Europe de l'Est	379	100	0,72	1,99	25,1
Pologne	149	39	0,30	0,78	23,9
République Tchèque	66	18	0,12	0,35	26,2
Slovaquie	18	5	0,03	0,10	27,0
Roumanie	53	14	0,03	0,28	44,0
Hongrie	45	12	0,08	0,24	27,0
Autres (BG, EE, LV, LT, SI)	47	12	0,16	0,25	16,6

Sources : pour les services : BCL, STATEC ; pour les biens : STATEC ; calculs de l'auteur.

Graphique 11 : Part relative des exportations de biens et de services autres que financiers par pays en 2002 et 2010 (dans le total des exportations respectives)



Source : STATEC.

Les métaux communs sont de loin le principal groupe de produits suivi des machines et appareils et des matières plastiques et pneumatiques. Pour la Pologne, la Roumanie et la République Tchèque, la valeur des exportations des cinq principales catégories de produits représente 90% des ventes à ces pays. Pour la Hongrie, la concentration est un peu moins prononcée et une plus grande variété de produits est notée.

Comme pour les marchandises (44%), c'est la Pologne qui absorbe une large part (39%) des exportations de services autres que financiers et il s'agit majoritairement de services aux entreprises.

1.8. La Chine domine au niveau des BRICS

En moins de dix ans, la part relative des échanges de biens des BRICS dans le commerce mondial a plus que doublé : elle atteint en 2009 à l'exportation près de 16% pour les biens et 10% pour les services et à l'importation près de 14% pour les biens et 10% pour les services. La progression des exportations manufacturières des pays émergents, en tête desquels la Chine, vient de l'intensification de la division internationale des processus productifs entre pays "riches" et pays à bas salaires¹¹.

Force est de constater que la croissance des exportations des BRICS est allée de pair avec une très forte augmentation des importations, notamment de matières premières, de biens intermédiaires, de biens d'équipement et de services.

Alors que les BRICS sont devenus d'importants concurrents dans certains secteurs, ils sont également devenus des clients dans une large gamme de produits. La forte croissance a non seulement permis de réduire le nombre des pauvres, mais elle a aussi donné un essor à une classe moyenne en extension rapide. Face au défi politique pour juguler rapidement les problèmes aigus des inégalités, la croissance va indubitablement stimuler la demande pour des produits relativement élaborés – qui seront importés en grande partie.

¹¹ Bensidoun et al 2009

« Les BRIC vont enregistrer au cours des trente prochaines années des transformations sans doute aussi profondes que celles qu'ils ont connues au cours des trente dernières années. On peut raisonnablement considérer que leur émergence est un phénomène durable qui change la donne dans les relations internationales » (Lemoine, 2010).

L'économie luxembourgeoise a partiellement tiré bénéfice de cet essor économique et en particulier de la réémergence de la Chine. Compte tenu de la concentration des échanges de biens et de services sur les pays limitrophes, le rôle des BRICS dans le commerce du Luxembourg n'atteint pas les pourcentages notés au plan mondial. Il n'empêche que le rythme de croissance avec ces pays a bien été supérieur au commerce total, ce qui a entraîné une extension des parts relatives.

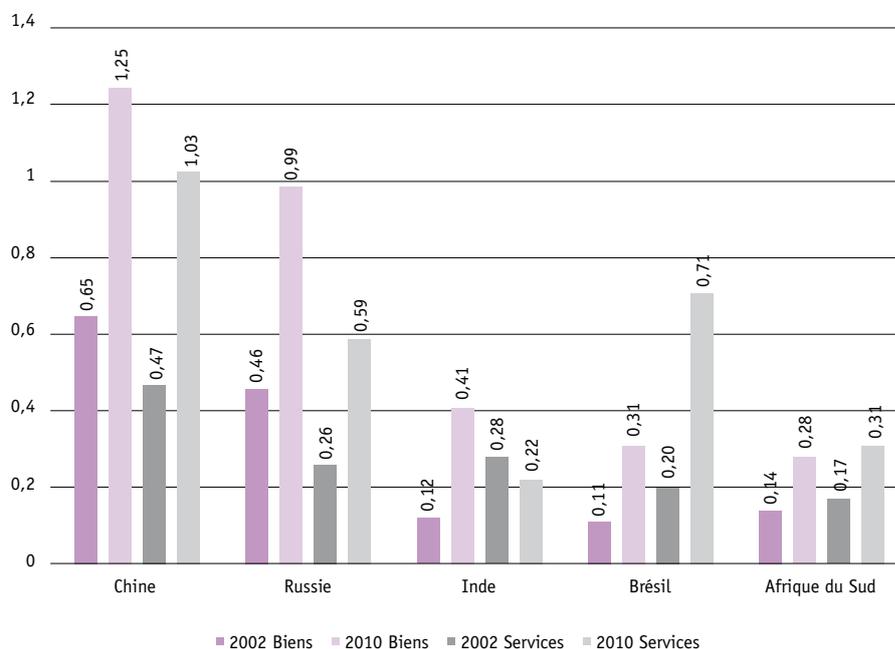
En 2010, les exportations de biens vers les BRICS se sont chiffrées à 346 millions d'euros, contre 544 millions pour exportations de services autres que financiers. La part des exportations de marchandises vers les BRICS est passée de 1,5% des exportations totales en 2002 à 3,2% en 2010. Après avoir plus que doublé entre 2002 et 2006, les ventes dans ces pays ont déjà fléchi avant la crise et n'ont guère connu de reprise en 2010.

Tableau 11 : Exportations du Luxembourg vers les BRICS

	MIO EURO	PART RELATIVE DANS LA RÉGION	PART RELATIVE (EN %) DANS TOTAL		CROISSANCE ANNUELLE MOYENNE
	2010	2010	2002	2010	2010/2002
Biens					
BRICS total	346	100	1,47	3,24	12,8
Brésil	34	10	0,11	0,31	17,0
Russie	105	30	0,46	0,99	12,5
Inde	44	13	0,12	0,41	19,5
Chine	133	38	0,65	1,25	10,8
Afrique du Sud	30	9	0,14	0,28	11,3
Services autres que financiers					
BRICS total	544	100	1,38	2,86	20,6
Brésil	135	25	0,20	0,71	28,8
Russie	112	21	0,26	0,59	22,1
Inde	42	8	0,28	0,22	6,7
Chine	196	36	0,47	1,03	21,4
Afrique du Sud	60	11	0,17	0,31	19,4

Sources : pour les services : BCL, STATEC ; pour les biens : STATEC ; calculs de l'auteur.

Graphique 12 : Part relative des exportations de biens et de services autres que financiers par pays en 2002 et 2010 (dans le total des exportations respectives)



Source : STATEC.

Traditionnellement, les métaux représentent de loin le principal groupe de produits à l'exportation du Luxembourg avec une part atteignant environ un tiers au cours des cinq dernières années. Pour les exportations vers les BRICS, cette part est non seulement inférieure avec « seulement » un peu plus d'un quart, mais les machines et appareils sont le principal groupe de produits avec une part bien supérieure (quelque 38%). Du coup, plus de 7% des exportations totales des machines et appareils sont expédiés vers les BRICS, alors que ces pays n'absorbent que 3% de la totalité des exportations de marchandises. Par pays, la prédominance des machines est confirmée pour la Chine, l'Inde, la Russie et l'Afrique du Sud ; ce n'est que pour le Brésil que les métaux sont légèrement plus importants.

Un nombre varié d'entreprises du Luxembourg semblent tirer avantage de la forte croissance des géants émergents. Alors que quelque 120 entreprises ont en 2010 exporté respectivement vers la Chine et la Russie, il y avait un quart de moins pour l'Inde et l'Afrique du Sud et seulement une soixantaine pour le Brésil. Sur chaque marché, un haut degré de concentration est toutefois observé ; ainsi les cinq principales firmes réalisent près de la moitié des ventes respectives (à l'exception de la Russie (35%)).

Au cours des sept dernières années, les exportations de services autres que financiers vers les BRICS ont connu une progression marquée avec un quasi quintuplement de la valeur totale. En 2010, ces exportations se sont chiffrées à 544 millions d'euros, soit 2,9% des exportations totales du Luxembourg, contre 1,4% en 2002. Par pays la ventilation se décline comme suit : Chine (1,0%), Brésil (0,7%), Russie (0,6%), Afrique du Sud (0,3%) et Inde (0,2%).

Par type de services, on retient surtout les services de transport, les services de communications et les services de construction.

1.9. Petites économies émergentes d'Asie

Le qualificatif « petites économies émergentes » est choisi par rapport aux deux grandes puissances émergentes d'Asie à savoir la Chine et l'Inde. Au niveau des importations mondiales, ces quatre économies (Corée du Sud, Hong Kong, Singapour et Taiwan) se classent parmi les 20 premières économies pour les biens et les 30 premières pour les services.

Tableau 12: Exportations du Luxembourg vers les petites économies émergentes d'Asie

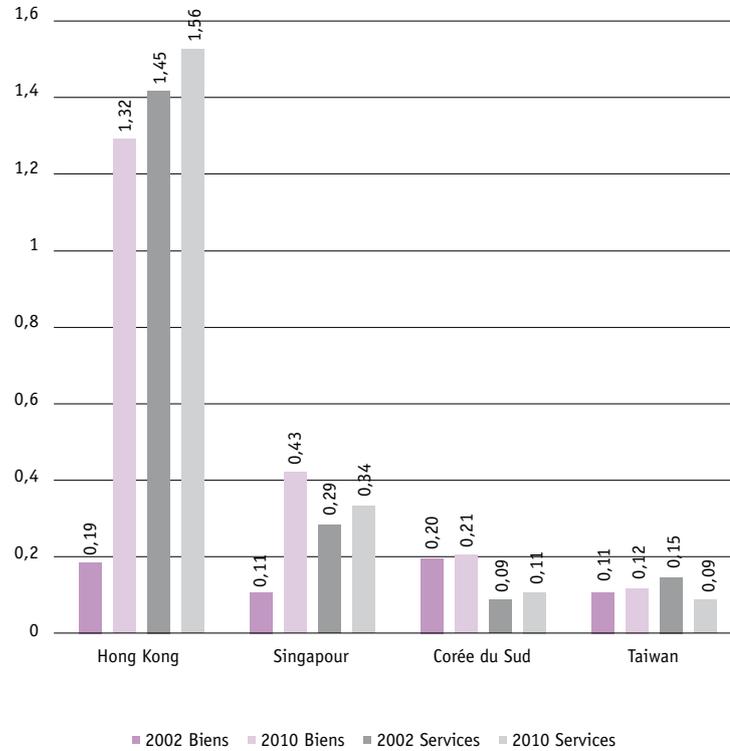
	MIO EURO	PART RELATIVE DANS LA RÉGION	PART RELATIVE (EN %) DANS TOTAL		CROISSANCE ANNUELLE MOYENNE
	2010	2010	2002	2010	2010/2002
Biens					
Petites économies émergentes d'Asie	223	100	0,62	2,09	18,9
Hong Kong	141	63	0,19	1,32	30,0
Taiwan	13	6	0,11	0,12	3,4
Corée du Sud	23	10	0,20	0,21	2,7
Singapour	46	21	0,11	0,43	20,7
Services autres que financiers					
Petites économies émergentes d'Asie	399	100	1,98	2,10	10,9
Hong Kong	296	74	1,45	1,56	11,1
Taiwan	18	4	0,15	0,09	3,9
Corée du Sud	20	5	0,09	0,11	12,0
Singapour	65	16	0,29	0,34	12,4

Sources : pour les services : BCL, STATEC ; pour les biens : STATEC ; calculs de l'auteur.

Leur dynamisme général a aussi bénéficié aux exportations du Luxembourg qui ont augmenté entre 2002 et 2010 en moyenne annuelle respectivement de 11% pour les services autres que financiers et de 19% pour les biens. Leur part relative dans les exportations totales du Luxembourg a globalement progressé pour se chiffrer à 2,1% tant pour les biens que pour les services autres que financiers.

Au niveau des exportations de marchandises, plus de 60 entreprises opèrent avec la Corée du Sud et avec Taiwan et même quelque 90 entreprises respectivement avec Singapour et Hong Kong. En termes de concentration, on note toutefois un degré similaire sur les quatre marchés avec plus de 40% pour les cinq principales entreprises.

Graphique 13 : Part relative des exportations de biens et de services autres que financiers par pays en 2002 et 2010 (dans le total des exportations respectives)



Source : STATEC.

Hong Kong absorbe de loin la plus grande part des ventes dans cette région : les deux tiers des biens et les trois quarts des services autres que financiers. A l'exception de Singapour, c'est la catégorie des machines et appareils qui est de loin le principal groupe des biens exportés – avec même plus de la moitié du total pour Hong Kong et Taiwan. En revanche, ce sont les métaux qui prédominent à destination de Singapour.

1.10. Pays exportateurs de pétrole du Moyen Orient

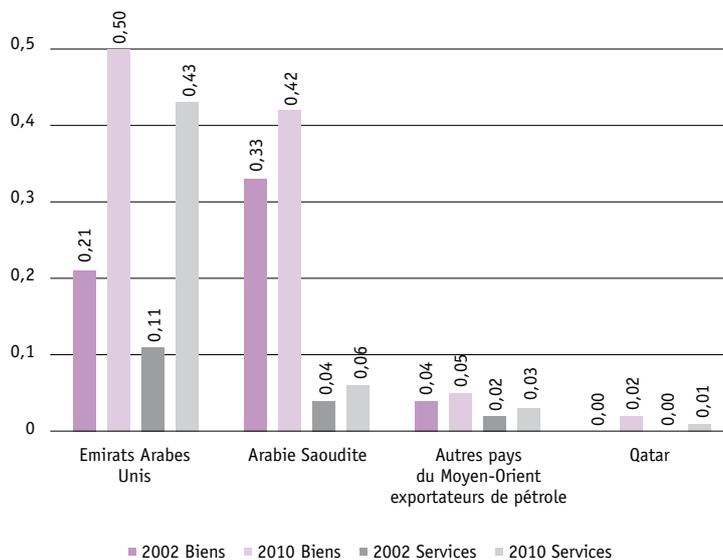
Même si la part relative globale reste modeste avec moins de 1% des exportations totales, force est de noter la croissance très marquée des exportations tant de biens (9%) que de services (27%) vers cette partie du monde. En 2010, les ventes dans cette région se sont chiffrées à 105 millions d'euros pour les biens (essentiellement machines et appareils ainsi que métaux) et à 100 millions pour les services autres que financiers.

Tableau 13 : Exportations du Luxembourg vers les pays exportateurs de pétrole du Moyen Orient

	MIO EURO	PART RELATIVE DANS LA RÉGION	PART RELATIVE (EN %) DANS TOTAL		CROISSANCE ANNUELLE MOYENNE
	2010	2010	2002	2010	2010/2002
Biens					
Total	105	100	0,59	0,99	9,0
Emirats Arabes Unis	53	50	0,21	0,50	13,6
Arabie Saoudite	45	42	0,33	0,42	5,3
Qatar	2	2	0,00	0,02	22,5
Autres pays du Moyen-Orient exportateurs de pétrole	5	5	0,04	0,05	4,3
Services autres que financiers					
Total	100	100	0,17	0,52	26,9
Emirats Arabes Unis	82	82	0,11	0,43	31,2
Arabie Saoudite	11	11	0,04	0,06	14,2
Qatar	3	3	0,00	0,01	27,8
Autres pays du Moyen-Orient exportateurs de pétrole	5	5	0,02	0,03	16,2

Sources : pour les services : BCL, STATEC ; pour les biens : STATEC ;
calculs de l'auteur.

Les Emirats Arabes Unis sont le premier pays de destination pour chaque catégorie de produits, mais l'envergure est plus prononcée pour les services autres que financiers (82%) que pour les biens (50%). Pour ces derniers, l'Arabie Saoudite absorbe 42%. En 2010, le nombre d'entreprises exportatrices de marchandises a aussi été bien plus élevé vers les Emirats Arabes Unis (plus de 100) que vers les autres pays (par exemple Arabie Saoudite (58) et Qatar (30)).

Graphique 14 : Part relative des exportations de biens et de services autres que financiers par pays en 2002 et 2010 (dans le total des exportations respectives)

Source : STATEC.

1.11. Conclusions de l'analyse des exportations par destination

Traditionnellement, les exportations du Luxembourg sont concentrées sur les pays limitrophes, voire sur le marché européen. Ceci vaut pour les exportations aussi bien de marchandises que de services autres que financiers.

Deux facteurs majeurs semblent à l'origine de cette tendance¹² : la recherche de marchés de proximité par la quasi-totalité des entreprises ainsi que le point stratégique (*export platform FDI*) des filiales d'entreprises multinationales implantées au Luxembourg en quête du développement d'activités en Europe. En effet, selon une étude récente (Schuller et al 2010), les filiales d'entreprises étrangères implantées dans l'industrie du Luxembourg assurent 94% des exportations de marchandises de l'industrie et leurs activités d'exportation sont toutes prioritairement destinées vers les pays limitrophes.

Nonobstant cette orientation traditionnelle vers le marché européen, certaines entreprises semblent avoir tiré avantage des nouvelles opportunités qui se sont dégagées par l'émergence de nouveaux marchés sur les autres continents, et notamment en Asie. Ceci est bien traduit par des taux de croissance des exportations vers les marchés émergents bien supérieurs à ceux des ventes sur les marchés avancés, ainsi que par l'extension de la part relative des marchés émergents au niveau des exportations totales.

Tant dans le domaine des biens que dans celui des services, des entreprises résidentes ont ainsi osé se lancer dans la « grande exportation » et ont pu saisir les opportunités qui se sont présentées sur les marchés émergents. D'autres opportunités sont sans doute à saisir par ces mêmes entreprises et par d'autres PME et PMI.

12 Quelques références :

- Bensidoun Isabelle, Guillaume Gaulier, Françoise Lemoine & Deniz Ünal (2009) : Les pays émergents dans le commerce international de l'UE in La Lettre du CEPII N°287 (12 mai)
<http://www.cepii.fr/francgraph/publications/lettre/pdf/2009/let287.pdf>
- Bley Laurent, Chantal Haas, Jim Ruppert, Jeff Schmitt, Guy Schuster et Nico Weyer (2011) : La balance des opérations courantes du Luxembourg en 2010 in Bulletin du STATEC N° 1
<http://www.statistiques.public.lu/catalogue-publications/bulletin-statec/2011/PDF-Bulletin1-2011.pdf>
- Höck Peter and Guy Schuller (2011) : The determinants of the evolution of Luxembourg's market share on exports of Goods and Services between 1999 and 2009, Economie et Statistiques, Working Papers du STATEC (à paraître).
- Höck Peter and Guy Schuller (2010) : The evolution of Luxembourg's market share on exports of goods and services between 1999 and 2009, Economie et Statistiques, Working papers du STATEC N° 42, August 2010.
- Lemoine Françoise (2010) : L'émergence des BRIC in Cahiers Français N°357 (juillet - août) pp. 32 – 37.
- Schuller Guy (2010) : Regards sur les exportations du Luxembourg à destination des BRIC, STATEC Regards 10-2010 (Septembre), <http://www.statistiques.public.lu/catalogue-publications/regards/2010/PDF-10-2010.pdf>
- Schuller Guy (2007) : La réémergence de la Chine in Volume X: Actes de la Section des sciences morales et politiques, Institut grand-ducal, Luxembourg, pp. 169-201.
- Schuller Guy and Deborah Schwartz (2010) : Comportement à l'exportation des filiales étrangères implantées dans l'industrie du Luxembourg Economie et Statistique, Working Papers du STATEC No. 37, March 2010, Luxembourg.

2. Résultats de l'enquête sur les activités d'internationalisation des entreprises au Luxembourg

2.1. Contexte

Une des missions phares de la Chambre de Commerce est la promotion des activités d'internationalisation des entreprises et de les assister en vue du développement des exportations et des importations de leurs biens et services. Ce soutien actif à la conquête de nouveaux marchés est mis en œuvre par le Département International de la Chambre de Commerce et se présente sous différentes formes : missions de promotion économique, salons de coopération internationale, visites accompagnées à des salons professionnels à l'étranger, mise à disposition d'un stand collectif et journées d'opportunités d'affaires. Une autre mission importante de ce Département est la mise à disposition d'informations sur les marchés étrangers. A cet effet, il organise régulièrement des séminaires et des rencontres individuelles avec des attachés commerciaux pouvant renseigner les personnes intéressées sur le marché de leur choix.

Pour faciliter le développement des entreprises luxembourgeoises sur les marchés étrangers, le Département International encourage fortement la mise en relation d'entreprises nationales avec des entreprises étrangères, notamment en informant sur les opportunités d'affaires à l'étranger et en accueillant des délégations étrangères au Grand-Duché de Luxembourg.

Avec « Luxembourg for Business » et « Luxembourg for Finance », le Luxembourg s'est doté de deux agences de promotion, qui ont pour objectif de présenter et d'expliquer d'une manière active et professionnelle, dans le monde entier, les nombreux avantages du Grand-Duché comme partenaire stratégique de premier choix. Les deux agences, qui ont à la fois un rôle de messenger et de promoteur de l'économie luxembourgeoise, travaillent en étroite collaboration. Elles sont nées de la coopération du secteur public et du secteur privé et constituent à ce titre une démarche innovante en matière de promotion et de développement économiques. La Chambre de Commerce est membre fondateur et partenaire actif des deux agences.

Afin de définir de manière efficiente son programme de travail qu'elle exécute en partenariat avec un vaste réseau d'acteurs publics et privés, la Chambre de Commerce réalise régulièrement des enquêtes auprès de ses ressortissants. Dans ce cadre et pour l'élaboration du programme d'internationalisation des entreprises pour les années 2012 et 2013, la Chambre de Commerce a mené une enquête auprès des entreprises luxembourgeoises exportatrices¹³.

Les questions portaient essentiellement sur les relations commerciales des entreprises au Luxembourg avec les pays étrangers.

13 Au total, mi-juillet 2011, 213 questionnaires ont été renvoyés au Département International pour analyse, ce qui correspond à un taux de réponse de 7%.

Divisé en trois parties, le questionnaire cherchait tout d'abord à identifier les pays avec lesquels ces entreprises ont des échanges commerciaux et/ou avec quels pays un lien commercial étroit est établi. Pour y parvenir, 4 questions ont été posées aux entreprises : 1) Quels sont les principaux pays cibles pour vos exportations et les canaux de fournisseurs pour vos importations ? ; 2) Possédez-vous une représentation commerciale à l'étranger ? ; 3) Possédez-vous un site de production à l'étranger ? ; 4) Possédez-vous une participation dans une entreprise locale ou avez-vous mis en place une joint venture avec une entreprise étrangère ?

Une deuxième partie visait à identifier les marchés étrangers ciblés en 2012 et 2013 par les entreprises résidentes au Luxembourg.

Enfin, la troisième partie portait sur les foires et salons internationaux susceptibles d'intéresser les entreprises luxembourgeoises en 2012 et 2013.

2.2. Les relations commerciales extérieurs existantes

L'étude menée auprès des entreprises permet de constater que sur les 25 pays les plus cités, 17 sont des Etats membres de l'Union européenne. Parmi ces 17 pays, 10 pays font partie de la zone euro, dont 7 sont classés dans les dix premières destinations citées.

– En matière d'**exportation**, le Royaume-Uni (UK) et la Suisse (CHF) sont davantage sollicités que les pays scandinaves et la plupart des pays du pourtour méditerranéen comme il ressort du graphique 15.

S'agissant des **importations**, seulement 15% des entreprises luxembourgeoises ayant répondu à l'enquête indiquent qu'elles importent des biens et/ou services en provenance de pays non-européen. 60% des entreprises importent des biens et/ou services de pays membres de l'Union européenne.

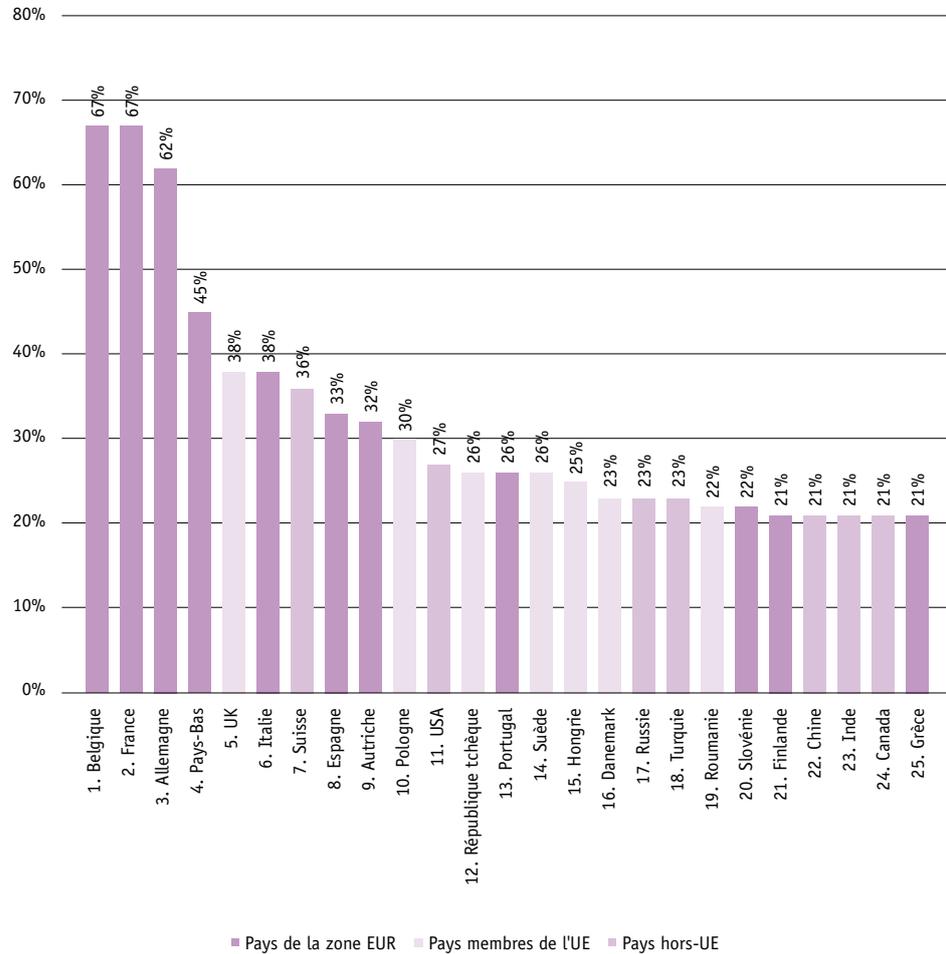
Quatre grands groupes peuvent ainsi être identifiés sur le graphique 16 :

1. Belgique, Allemagne, France (pays frontaliers) desquels 41 à 47% des entreprises importent des services/biens ;
2. Italie et Pays-Bas desquels 25% des entreprises importent des services/biens ;
3. Royaume-Uni, Etats-Unis, Suisse, Autriche, Chine, Espagne, Pologne, Portugal desquels 10 à 18% des entreprises importent des services/biens ;
4. Les autres pays desquels moins 10% des entreprises importent des services/biens.

Les entreprises luxembourgeoises semblent importer davantage des Etats-Unis (7^e) que de Chine, ou d'autres pays européens (Danemark, Suède, République Tchèque, Pologne,...).

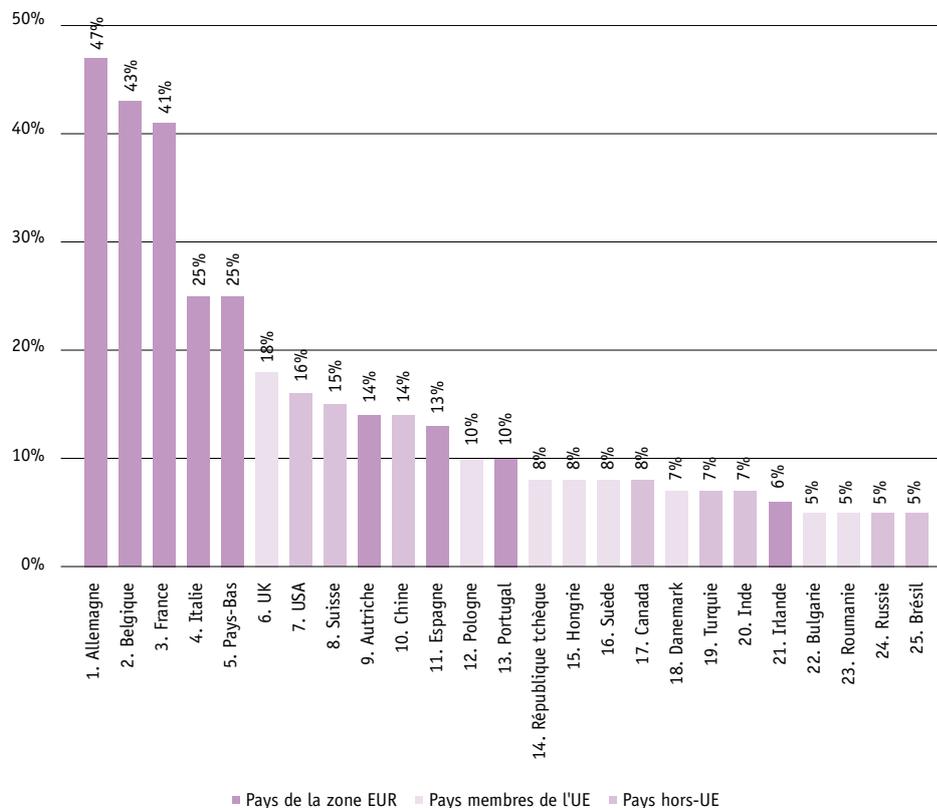
Les graphiques 15 à 19 ci-dessous présentent, pour chacune des cinq questions posées, le classement des 25 pays les plus cités.

Graphique 15 : Exportations de biens et/ou services



Remarque : Les données sont en pourcentage, calculées à partir du nombre de réponses reçues (de 213 entreprises).

Graphique 16 : Importations de biens et/ou services

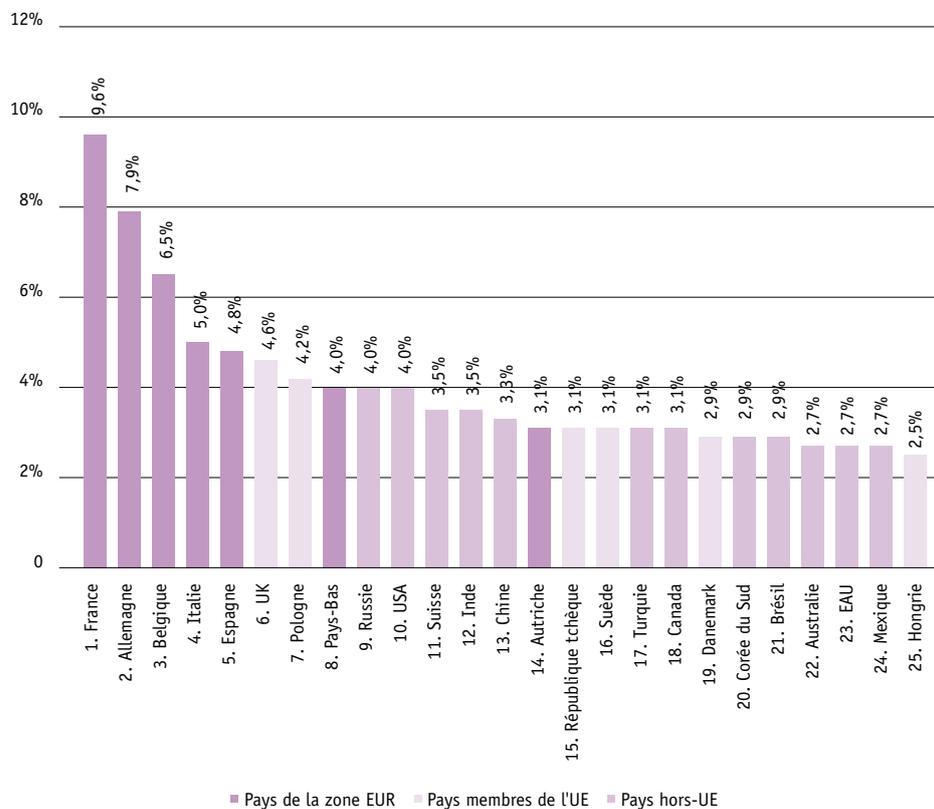


Remarque : Les données sont en pourcentage, calculées à partir du nombre de réponses reçues (de 213 entreprises).

– L’enquête montre que, parmi les 479 **représentations commerciales à l’étranger** citées par les 213 entreprises luxembourgeoises ayant répondu à l’enquête, 24% se situent dans un pays frontaliers, à savoir en France, en Allemagne ou en Belgique (se référer au graphique 17).

Les dix premiers pays du classement (USA inclus) totalisent plus de la moitié du nombre des représentations commerciales luxembourgeoises à l’étranger (54,5%).

Les pays BRIC – Brésil, Inde, Chine et Russie – se placent dans le TOP25 des pays les plus choisis pour les représentations commerciales à l’étranger par les entreprises luxembourgeoises ayant répondu à l’enquête, tandis que Singapour et Hong Kong n’y figurent pas.

Graphique 17: Représentation commerciale à l'étranger

Remarque : Les données sont en pourcentage, calculées à partir du nombre total de représentations commerciales à l'étranger citées (479 représentations citées par les 213 entreprises).

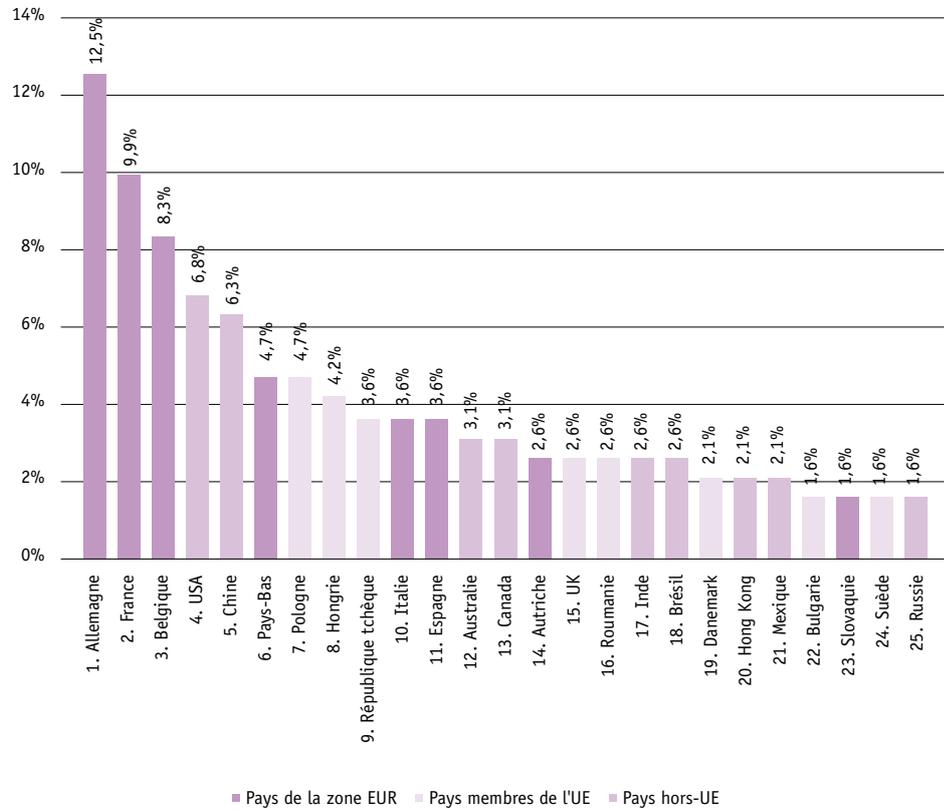
– 31% des entreprises détiennent au moins un **site de production** (se référer au graphique 18) dans les pays frontaliers (Allemagne, France, Belgique), qui occupent ici également les trois premières places du classement.

Pour la première fois dans une catégorie traitée par l'enquête, aussi bien les Etats-Unis que la Chine arrivent en tête de classement directement après les pays frontaliers. Suivis des Pays-Bas et de pays de l'Est de l'Europe (Pologne, Hongrie, République Tchèque), le TOP25 des sites de production est relativement diversifié en matière de zone géographique.

D'autres faits saillants ressortent :

- Pour les 213 entreprises ayant répondu à l'enquête, 192 sites de productions sont recensés dans le TOP25 des pays étrangers. Parmi ces sites, 134 se trouvent dans l'Union européenne, à savoir 69,8% du total. 58 sites se situent en dehors de l'Union européenne, soit 30,2%.
- Sur les 69,8% des entreprises produisant sur le territoire européen, 44,3% le font dans des pays membres de la zone euro.
- Un nombre important de sites de production situés dans des pays étrangers sont localisés soit dans les pays de l'est de l'Europe, soit dans les pays émergents.

Graphique 18 : Site de production à l'étranger

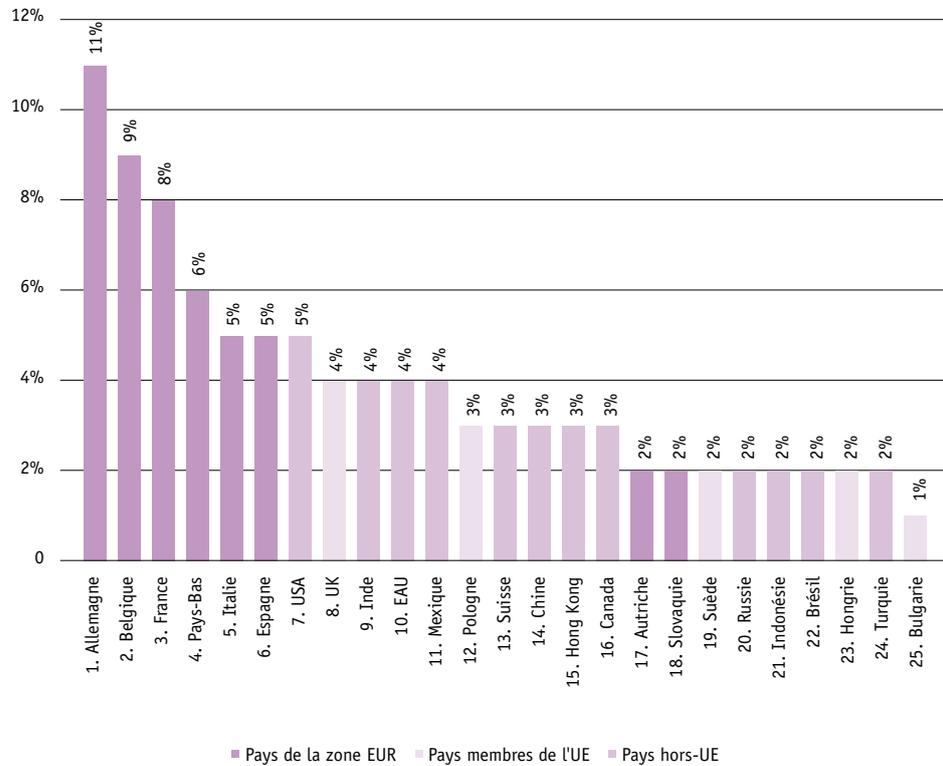


Remarque : Les données sont en pourcentage, calculées à partir du nombre total de sites de production à l'étranger (192 sites cités par les 213 entreprises).

– En outre, les **participations des entreprises luxembourgeoises** dans les entreprises locales situées dans les trois pays frontaliers au Grand-Duché, ainsi qu'aux Pays-Bas, en Italie et en Espagne sont nombreuses :

- 48% des entreprises ont une participation dans les pays de la zone euro et 66% dans l'Union européenne.
- 34% des entreprises ont une participation dans une entreprise locale ou une joint venture en dehors de l'Union européenne, en Inde, au Mexique, à Hong Kong ou encore en Indonésie.

Graphique 19 : Participation dans entreprises locales/joint ventures



Remarque : Les données sont en pourcentage, calculées à partir du nombre de réponses reçues (de 213 entreprises).

2.3. Les marchés les plus intéressants aux yeux des entreprises

Le 2^e volet de l'enquête portait sur les pays représentant un intérêt pour les entreprises et était présenté sous forme de question ouverte.

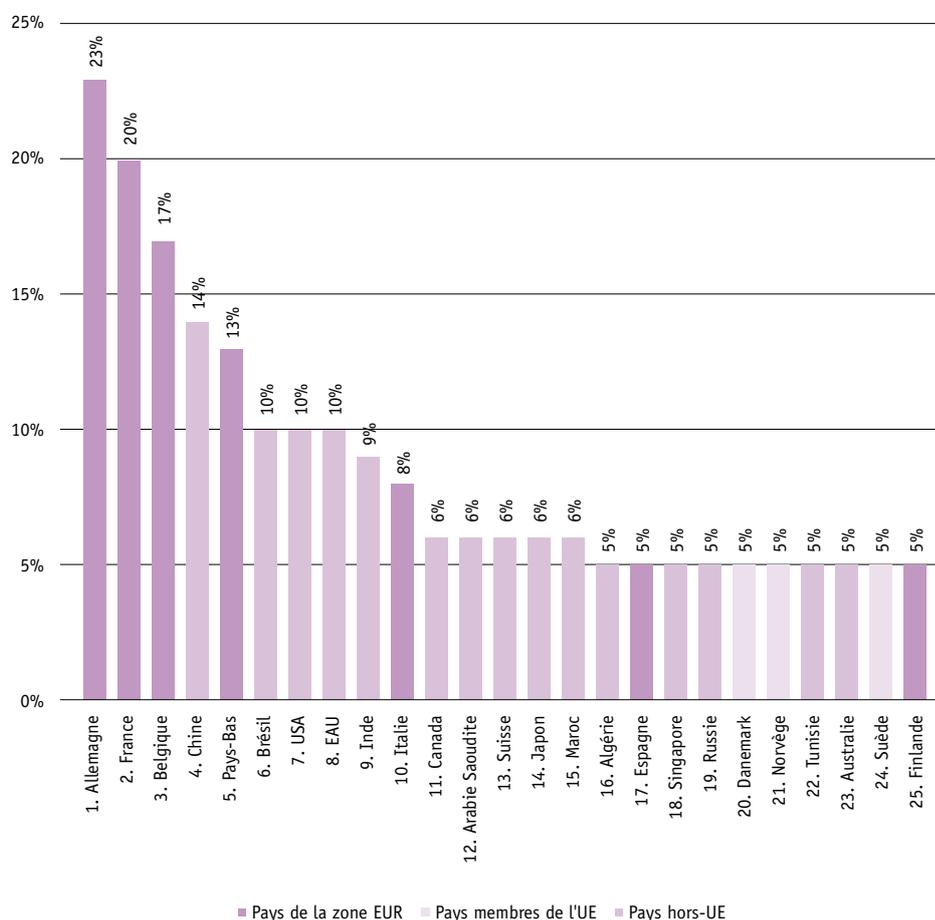
Le graphique 20 indique les 25 pays mentionnés et désignés comme *intéressants* ou *particulièrement intéressants* dans un futur proche ou lointain.

La dépendance répétée du Luxembourg envers les trois pays frontaliers qui occupent les trois premières places du classement ressort nettement du graphique.

D'autres faits saillants ressortent :

- Les trois pays frontaliers sont directement talonnés par la Chine avec 14% puis par les Pays-Bas avec 13%, le Brésil, les USA, les Emirats Arabes Unis, avec chacun 10%, et l'Inde avec 9%. Trois des principaux pays émergents représentent donc un grand intérêt pour les entreprises au Luxembourg, loin devant le Japon (14^e), Singapour (18^e) ou la Russie (19^e).
- Il est à constater que la Turquie n'apparaît pas parmi les 25 pays les plus attirants pour les entreprises luxembourgeoises mais apparaît à la 33^e place du classement avec 4% des voix aux côtés du Bahreïn, du Chili ou encore de la Pologne et de la Croatie.
- L'Allemagne, la France, la Belgique, la Chine, les Pays-Bas, le Brésil, les Etats-Unis, les Emirats Arabes Unis, l'Inde et l'Italie constituent le Top 10 des pays les plus cités.

Graphique 20 : Les marchés les plus intéressants



Remarque : Les données sont en pourcentage, calculés à partir du nombre de réponses reçues (de 213 entreprises).

2.4. Les foires et les salons ciblés

Enfin, un dernier volet s'intéressait aux foires et salons retenant l'attention des entreprises interrogées.

Au niveau géographique, les foires internationales se déroulant en Allemagne sont parmi celles qui sont les plus mentionnées par les entreprises, notamment ANUGA (Cologne), ACHEMA (Frankfort/M), BAU (Munich), et Hannover-Messe (Hannovre).

Le MIPIM (Cannes) est la foire la plus mentionnée par les entreprises luxembourgeoises pour ce qui concerne la France. BATIMAT (Paris), SIAL (Paris) et Vinexpo (Bordeaux) figurent également au nombre des dix foires les plus mentionnées.

Parmi les 15 foires les plus évoquées, trois salons éveillent autant d'intérêt qu'ACHEMA ou BATIMAT, à savoir l'Expo Real (Munich), IBC (Amsterdam) et Label Expo (Bruxelles).

Enfin, le BIG5 Show (Dubai) se place juste derrière le MIPIM et ANUGA en matière de foires et salons les plus cités.

