

Partir à la conquête du monde avec la Chambre de Commerce



Chaque année, la Chambre de Commerce propose un programme d'actions complet visant à renforcer ou à nouer des contacts commerciaux avec différentes régions du monde. Ce programme, fait de missions économiques, de visites accompagnées, de stands collectifs sur des foires internationales, mais aussi de réceptions de délégations étrangères et de séminaires consacrés à certains pays, est élaboré avec le plus grand soin. Découvrez les considérations qui président à ces choix, avec Cindy Tereba, Directrice des Affaires internationales de la Chambre de Commerce.

Comment le calendrier Go International de la Chambre de Commerce est-il établi ?

D'abord, je voudrais préciser que la [Chambre de Commerce](#) n'est pas seule dans cette démarche. Nous travaillons en concertation étroite avec nos partenaires de [Luxembourg Trade & Invest](#) qui sont le ministère de l'Économie, le ministère des Affaires étrangères et européennes et Luxinnovation. Nous assurons la partie opérationnelle du dispositif mais nous nous appuyons sur

les compétences et les ressources de tous.

Pour construire le programme, nous nous basons sur trois piliers. Le premier concerne les intérêts des entreprises, que nous sondons chaque année pour prendre le pouls de leurs souhaits de développement international. En complément de ces sondages, nous mesurons l'intérêt suscité par nos séminaires pays. Notre analyse ne se limite pas à des données quantitatives mais nous regardons également quel profil d'entreprise (taille, secteur...) s'intéresse à quel marché. Nous croisons ces informations avec les statistiques d'échanges commerciaux publiées par le [STATEC](#).

Le deuxième pilier est la stratégie économique du pays. Le Gouvernement identifie des secteurs prioritaires et nous examinons quels marchés sont intéressants pour développer ces secteurs. Ce ne sont pas seulement des pays auxquels nous souhaitons vendre des produits ou des services mais également des pays avec lesquels nous pouvons développer des synergies pour un renforcement mutuel. À l'intérieur du marché européen, nous considérons les autres pays, et en premier lieu nos voisins, comme des partenaires plutôt que des concurrents. Le Luxembourg souhaite proposer ses forces, notamment en ce moment dans les domaines de l'IA, de la cybersécurité, ou en tant que data hub, et être considéré comme un partenaire potentiel dans des projets à l'échelle européenne pour développer des technologies souveraines dans le cadre d'une stratégie européenne. Dans notre marché européen, et face à la concurrence extérieure, il n'est pas dans notre intérêt de créer des silos par pays mais plutôt à développer certaines technologies ensemble pour être plus forts vis-à-vis des pays tiers.

Enfin, le troisième pilier est celui que j'appelle « les occasions spéciales ». Typiquement, les expositions universelles entrent dans cette catégorie pour laquelle nous concevons des programmes spécifiques.



Cindy Tereba dirige les Affaires internationales de la Chambre de Commerce depuis octobre 2019.
(crédit : Chambre de Commerce)

Quels marchés seront mis à l'honneur en 2026 et pourquoi ?

Comme chaque année, nous prévoyons beaucoup d'actions sur des marchés européens, y compris Suisse et Royaume-Uni, l'Europe étant le territoire naturel de développement des entreprises luxembourgeoises. Cela leur garantit un potentiel important pour un investissement restreint. De plus, nous voulons renforcer notre coopération avec nos partenaires européens dans le secteur de la défense, devenu prioritaire. Cette année, nous mettrons particulièrement le cap sur l'Italie, qui fait partie de nos marchés *Focus*, marchés identifiés comme porteurs de potentiel, où nous retournons régulièrement pour consolider et approfondir les liens sur le long terme ; la France et en particulier la Bretagne pour le secteur maritime et la cybersécurité ; la Suisse avec un accent

sur les technologies de la santé ; et enfin, la République Tchèque dont nous avons reçu une visite d'État en 2024 suivie d'un accueil d'une délégation d'affaires tchèque en 2025. C'est donc à notre tour de nous y rendre pour continuer à développer les contacts.

Hors Europe, nous avons identifié quelques marchés *Focus* également. Nous explorons certains d'entre eux pour offrir des débouchés à nos entreprises suite à la cessation de toute activité sur le marché russe. En 2026, nous retournerons en Arabie-Saoudite, marché que nous avons identifié dès 2020 pour sa dynamique d'ouverture et qui dispose de moyens substantiels. Ce marché offre de nombreuses opportunités, dans le domaine des infrastructures notamment. Nous retournerons également au Maroc, marché qui offre des perspectives intéressantes dans le domaine de la construction et des infrastructures, et qui accueillera la coupe du monde de football avec l'Espagne et le Portugal en 2030. Plus à l'est, nous irons au Kazakhstan, un pays en pleine ouverture et très désireux de travailler avec l'Europe.

Dans les marchés plus lointains, intéressants pour les plus grandes entreprises et pour celles qui proposent des produits de niche, nous allons régulièrement en Chine et nous y serons de nouveau en 2026. En Amérique du Nord, nous alternons entre le Canada et les États-Unis. 2026 sera dédié à une mission à New York et en 2027 nous allons retourner au Canada, pays dans lequel le Luxembourg vient tout récemment d'ouvrir son ambassade à Ottawa. Sur le continent africain, nos quatre marchés *Focus* sont la Côte d'Ivoire, le Rwanda, le Ghana et le Sénégal. En 2026, nous nous rendrons en Côte d'Ivoire.

Pour résumer, nous menons environ 40 à 50% de nos actions dans des pays européens, 40% sur des marchés *Focus* hors Europe et 10% sur des marchés « découverte », c'est-à-dire nouveaux. En 2026, notre marché « découverte » sera [l'Ouzbékistan](#) que nous couplerons avec notre mission à Almaty au Kazakhstan .





Almaty est la ville du Kazakhstan qui accueillera une mission de la Chambre de Commerce en 2026 (crédit : Ilyas Dautov / Unsplash)

La mission au Kazakhstan sera l'occasion d'aller découvrir les opportunités offertes par le marché voisin, l'Ouzbékistan et sa capitale Tachkent. (crédit : zbs / unsplash)

Arrive-t-il qu'une mission soit déprogrammée en raison d'événements géopolitiques imprévus ?

Cette situation inédite ne s'est produite qu'une seule fois, à l'aube du Printemps arabe et des contestations populaires de 2011. Notre mission économique au Maghreb, initialement prévue en Algérie et en Tunisie, a vu son programme bouleversé par ces événements. La délégation, conduite à l'époque par le ministre Jeannot Krecké, a finalement dû se limiter à un déplacement en Algérie. Cette décision a été prise afin d'assurer la sécurité des collaborateurs de la Chambre de Commerce et des membres de la délégation, car dans de telles situations, la prudence prime toujours sur les affaires.

Durant les années Covid, nous avons dû suspendre tous nos déplacements et avons compensé par des services numériques pour continuer à accompagner l'internationalisation des entreprises. Et bien sûr, dès le début de la guerre en Ukraine, nous n'avons plus eu de relations avec le marché russe.

Ces événements perturbent beaucoup les activités internationales des entreprises. Nous tâchons de les aider en mettant en place des *helpdesk* téléphoniques. Ainsi, nous en avons organisé un au moment du Brexit et un autre pour répondre aux questions des entreprises sur le régime des sanctions prises à l'égard du marché russe.

Outre les missions économiques, la Chambre de Commerce organise également des stands collectifs sur des grandes foires internationales. Quels sont les critères pris en compte pour élaborer cette partie du programme Go International ?

Nous choisissons des foires européennes dans 90% des cas. Il n'y a pas vraiment d'intérêt à aller plus loin car cela revient vite très cher alors même que les foires européennes attirent le monde entier. Pour identifier les foires intéressantes, nous sondons également les entreprises. Si nous identifions un intérêt pour une foire où nous ne sommes pas encore présents, nous commençons par y organiser une visite accompagnée puis nous recueillons l'opinion des entreprises participantes. Ensuite, si l'intérêt se confirme, nous pouvons décider d'y réserver un stand l'année suivante. Il s'agit en général d'engagements pour plusieurs éditions. Nous faisons un bilan après 2 ou 3 participations et nous décidons de continuer ou d'arrêter en fonction du succès rencontré auprès de nos ressortissants.

U  EMBOURG
LET'S MAKE IT HAPPEN

LU 



LU  EMBO
LET'S MAKE IT





LiCA[®]
TECHNOLOGY



Fuel/Gas: Cut consumption & pollution
Industry: Improve process & reduce additives
Water: Deposit & consumption reduction
WWTP: Reduce energy & chemicals

LUXEMBOURG
LET'S MAKE IT HAPPEN

TALENT HUB
in polotec

WE TO LUXEMBOURG

AC8IDDE

Recycling Plastic Waste
Methanol, Syngas, PVC, Poly
PE, PP, Mixed O



Stand collectif du Luxembourg au salon Polutech à Lyon (France) en octobre 2025 (crédit : Chambre de Commerce)

Présence du Luxembourg avec un pavillon national au salon Smart City de Barcelone (Espagne) en novembre 2025. (crédit : Chambre de Commerce)

Quels sont les avantages pour une entreprise à participer avec la Chambre de Commerce à une mission économique, une visite de salon ou un stand collectif ?

Pour les foires, les avantages de participer à un stand collectif sont la visibilité, l'accompagnement et le prix. Pour les missions, participer permet en outre d'avoir accès au réseau de la Chambre de Commerce (voir encadré) et à des entreprises locales, car il y a toujours des volets visite d'entreprises et rendez-vous d'affaires pré-organisés (*matchmaking*). En règle générale, partir avec nous est la garantie de pouvoir accéder à un marché étranger pour un budget raisonnable, subventionné par la Chambre de Commerce et le ministère des Affaires étrangères et européennes. C'est aussi un excellent moyen d'apprendre en peu de temps beaucoup de choses sur un marché donné. Et enfin, aspect moins connu mais extrêmement important : les possibilités de réseautage au sein même de la délégation luxembourgeoise. Comme il s'agit souvent de missions sectorielles, les liens sont naturels et les intérêts communs sont nombreux entre les participants.

Réseau de promotion commerciale du Luxembourg

- Luxembourg Trade & Invest
 - 35 ambassades luxembourgeoises dans le monde
 - 16 Luxembourg Trade & Invest Officer dans le monde
 - 14 Chambres bilatérales
 - 4 Business Clubs
- Entreprise Europe Network (EEN)

Combien de temps à l'avance faut-il s'inscrire à un événement Go International ?

Il faut surveiller la sortie de notre calendrier et bloquer les dates le plus vite possible. Ensuite, il convient de s'inscrire entre 5 et 3 mois à l'avance, ce qui garantit des réservations à des conditions favorables et permet un bon déroulement de la logistique. La plupart des inscriptions sont clôturées un mois avant le départ. Plus les marchés sont proches, plus nous avons de souplesse dans l'organisation. Toutes les informations pratiques figurent dans notre [agenda Go International](#).

Quels sont les frais à la charge des entreprises ?

L'entreprise prend en charge les billets d'avion et l'hébergement sur place. La Chambre de Commerce recommande des hôtels pour lesquels des tarifs préférentiels sont négociés pour un contingent de chambres. Tous les trajets sur place, effectués en groupe, sont pris en charge par la Chambre de Commerce. Le service de *matchmaking* pour les rendez-vous d'affaires est gratuit mais toute entreprise qui n'honorerait pas son planning de rendez-vous devrait acquitter un dédommagement forfaitaire. Les réceptions sont offertes par la Chambre de Commerce et les partenaires de Luxembourg Trade & Invest. Les voyages internationaux vers des marchés proches, organisés en car, sont également pris en charge par la Chambre de Commerce.



S.A.R. le grand-duc Guillaume (alors grand-duc héritier) lors de la mission économique consacrée au secteur spatial, organisée dans le cadre de l'Exposition universelle d'Osaka, en juillet 2025. (crédit : Chambre de Commerce)

Savez-vous déjà comment la façon de travailler avec SAR le grand-duc Guillaume va évoluer suite à son accession au trône ?

C'est encore un peu tôt pour le dire mais nous avons déjà des engagements de sa part pour 2026, y compris sur des missions économiques classiques qui ne sont pas des visites d'État. Son engagement ne diminuera pas car les relations internationales sont l'une de ses passions et son envie de soutenir l'économie luxembourgeoise est manifeste. Il l'a réaffirmé à plusieurs reprises en interview. Il souhaitera sans doute moderniser le rôle de la monarchie, y compris dans le domaine des relations internationales, mais nous ignorons encore de quelle manière. Son expérience est grande dans ce domaine. Cela fait de nombreuses années qu'il nous accompagne sur des missions à l'étranger. Il se veut proche des gens et des entreprises. Les missions économiques sont de bons terrains pour entretenir cette proximité et, dans son nouveau rôle de grand-duc sa présence aura encore plus de poids auprès des interlocuteurs étrangers.