

L'Artisanat souscrit aux valeurs promues dans le cadre de la stratégie « Nation Branding »

Avec le lancement de la deuxième phase du projet de définition d'une image de marque pour le Luxembourg, la Chambre des Métiers vise à transporter les valeurs y associées (fiabilité, dynamisme et ouverture) et à jouer un rôle actif dans la diffusion future de cette image à l'étranger mais également au Luxembourg.

Suite à un processus participatif, auquel ont été associés des représentants du secteur de l'Artisanat, les forces de base de l'image de marque du Luxembourg ont été identifiées dans le cadre de la démarche de « Nation Branding ». La Chambre des Métiers et ses ressortissants chefs d'entreprises adhèrent au profil tel que défini lors de la première phase. La stratégie se réfère à des valeurs qui caractérisent fondamentalement l'Artisanat luxembourgeois. Ce dernier intègre par ailleurs bien les éléments distinctifs de la personnalité du pays dégagée dans ce processus, à savoir celle de l'« allié », puisque « ouverture d'esprit », « sens des responsabilités » et « intégrité » en sont les maîtres-mots.

Ainsi, l'Artisanat fait figure de partenaire « fiable » prestant des services individualisés de qualité et offrant des solutions innovantes. Enraciné au niveau régional et local, il est proche de ses clients et de ses fournisseurs. Cette proximité fait de lui un facteur de stabilisateur pour le tissu socio-économique régional. Par ailleurs, son rôle de formateur des jeunes souligne l'importance de la transmission des connaissances, du savoir-faire et des compétences aux futures générations. L'Artisanat se caractérise par ailleurs par des PME familiales qui défendent des valeurs dites de « responsabilité sociale » : les décisions de gestion sont réfléchies dans un but de soutien de la succession et de bien-être des collaborateurs. Le chef d'entreprise artisanal peut en outre être considéré comme un allié, voire un conseiller, lorsqu'il s'agit d'adapter des technologies existantes à un contexte nouveau.

La performance innovatrice des entreprises artisanales revêt de multiples facettes, ce qui représente un élément décisif de la « dynamique » qui sous-tend le secteur ; l'esprit créatif constitue une force majeure dans le développement de produits et de services artisanaux. Il est souvent initiateur de coopérations remarquables avec d'autres professionnels nationaux ou étrangers, donnant naissance à des réalisations exceptionnelles, comme il peut l'être constaté dans le domaine du design et de la créativité.

L'origine des chefs d'entreprises et des salariés de l'Artisanat est aussi diversifiée que celle de la population nationale. Le secteur recense tant des travailleurs qui proviennent des pays avoisinants que des étrangers immigrés habitant le Grand-Duché. Grâce à cet impressionnant *melting-pot*, l'Artisanat constitue un important vecteur d'intégration pour la société nationale. Les travailleurs non luxembourgeois représentent aujourd'hui 85% de l'emploi artisanal, contre 75% il y a vingt ans. Ainsi, l'Artisanat est de facto un secteur « ouvert » se caractérisant par son multiculturalisme et son multilinguisme.

Toutes ces caractéristiques et valeurs assimilés à l'Artisanat, qui pourraient, le cas échéant, remplir de substance le concept de « Nation Branding », correspondent à des réalités vécues, dont la Chambre des Métiers souligne qu'il importe de tenir compte lorsque l'on souhaite développer sur le long terme une image de marque « Luxembourg » authentique et crédible.

Elle est d'avis que le Luxembourg dispose d'une multitude d'atouts et de potentialités émanant aussi bien des milieux professionnels et culturels que de la société civile toute entière. Pour cette raison, il est indispensable de mettre également en évidence l'apport des PME de l'Artisanat pour et dans la société luxembourgeoise et de tisser des liens étroits entre les valeurs véhiculées par les chefs d'entreprises artisanales et leurs salariés et celles retenues en vue de remplir de vie le « Nation Branding ».

La Chambre des Métiers partage l'approche défendue par le Gouvernement visant à traduire l'identité dégagée en éléments réels, concrets et palpables, proches du vécu des citoyens, des salariés et des chefs d'entreprises. Elle est dès lors disposée à transporter cette image, tout en la dotant de contenus, et à favoriser sa propagation par le biais d'un échange interactif avec les entreprises.

La matérialisation du processus de « Nation Branding » au niveau sectoriel, envisagée dans une première étape dans le secteur du tourisme et des administrations, pourrait aussi être réalisée dans l'Artisanat. Dans un tel contexte, il serait important de mobiliser les chefs d'entreprises artisanales comme ambassadeurs de valeurs crédibles, en vue de faire vivre l'image du Luxembourg par le biais de leurs propos et de leurs actions. La transposition d'un message fort et homogène serait en effet susceptible de créer une « identification » renforcée de l'Artisanat avec ce projet unificateur. La fierté et la passion des métiers, la force créatrice, les talents à développer, le savoir-faire à transmettre sont autant d'aspects, souvent émotionnels, caractérisant le quotidien des chefs d'entreprises de ce secteur et susceptibles de compléter le tableau du « Nation Branding ».

Même si les entreprises artisanales sont tournées traditionnellement plutôt vers les marchés nationaux, nombreuses sont celles qui recherchent de nouvelles opportunités d'affaires à l'internationalisation, notamment en Grande Région. Dans ce cadre, la « marque Luxembourg » pourrait interagir positivement avec le label « Made in Luxembourg » pour devenir un vecteur renforcé de promotion des produits et services artisanaux à l'étranger et sur le marché national.

Tout en sachant que la procédure de mise en place de la stratégie « Nation Branding » est complexe, la Chambre des Métiers est convaincue qu'elle influencera durablement l'attractivité du Luxembourg sur le long terme, conformément à sa devise « Pour aller plus loin, ensemble ».

Luxembourg, le 4 février 2016

Communiqué par la Chambre des Métiers

Liliane ESTEVES

Conseiller de direction & Responsable Communication

2 Circuit de la Foire Internationale, L-1016 LUXEMBOURG

Tél. : +352 42 67 67 - 217, Fax: +352 42 67 87

E-mail : liliane.esteves@cdm.lu