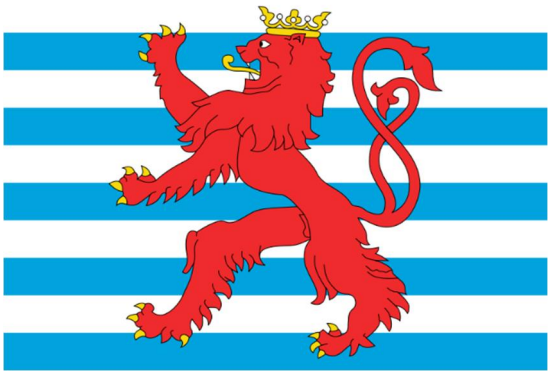
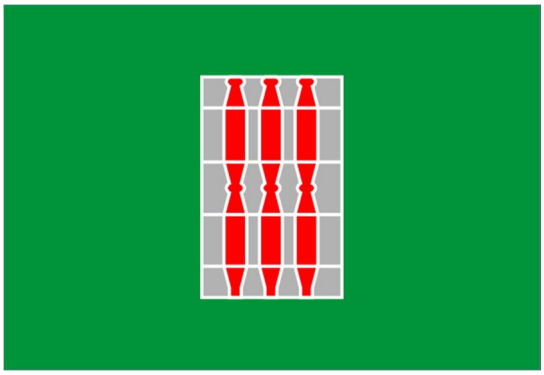
Camera di Commercio Industria Artigianato ed Agricoltura di Perugia

Programma "IMPROVE YOUR TALENT"

Edizione 2014

Un'analisi del mercato lussemburghese: l'internazionalizzazione come un'opportunità di sviluppo per le PMI umbre





Tesi di:
Tedi UJKAJ

Tirocinante presso
Camera di Commercio
Italo - Lussemburghese A.s.b.l.

INDICE

	Introduzione	**……**	**pag.**	**3**
1.	**Prima Parte**	**……**	**»**	**9**
2.	**Seconda Parte**	**……**	**»**	**17**
	Riferimenti	**……**	**»**	**31**

INTRODUZIONE

Il presente elaborato costituisce una breve introduzione ad un progetto di ricerca molto più ampio che mi troverà coinvolto nel prossimo futuro. Gli obiettivi di questo progetto di ricerca, sono sostanzialmente due: il primo è quello di descrivere le caratteristiche del tessuto economico e produttivo del Lussemburgo, partendo da un'analisi giuridica e macroeconomica; il secondo riguarda la possibilità di rafforzare ulteriormente i rapporti commerciali già esistenti fra la regione Umbria ed il Gran Ducato del Lussemburgo, guardando all'internazionalizzazione come un'opportunità di sviluppo per le PMI umbre.

L'elaborato è strutturato in due parti. **La prima parte** è una presentazione del Lussemburgo. Il contenuto di questa sezione riprende il rapporto per Assocamerestero frutto del lavoro che ho svolto presso la Camera di Commercio Italo - Lussemburghese A.s.b.l. (CCIL) nella realizzazione del Business Atlas 2015[(1)] riguardante il Lussemburgo come sezione Paese. **La seconda parte** invece riguarda, più nello specifico, il ruolo e le attività che svolge la CCIL a sostegno delle imprese italiane intente ad entrare in Lussemburgo e come in questi anni, si è andata distribuendo la presenza economica italiana nel mercato lussemburghese: un breve studio su quali sono i settori interessati. Un'*analisi orientativa*, per chi volesse venire a fare business in Lussemburgo. Per questa ragione, non sarà prevista una conclusione vecchio stile alla fine del manoscritto, ma lascerò al lettore una libera interpretazione sulle potenzialità del mercato, commentando i dati che ho analizzato, passo dopo passo.

Trovo però doveroso fare una piccola premessa. Il confronto che andrò a fare nella prima parte, ha un limite prevalentemente di carattere giuridico. Il tentativo di confrontare due dimensioni giuridiche di diversa natura, potrebbe sembrare inappropriato: la prima ha natura di ente territoriale substatale facente parte della Repubblica Italiana, l'altro è uno Stato indipendente a tutti gli effetti. Agli occhi di un giurista, il confronto potrebbe essere viziato da un errore di fondo, che è quello di non tenere in considerazione che si tratta di due dimensioni giuridiche diverse.

[(1)] Assocamerestero, con il contributo delle Camere di Commercio Italiane all'Estero, realizza fin dal 1989, il BUSINESS ATLAS - Guida agli affari in 54 paesi del mondo. Le schede paese del Business Atlas forniscono un quadro sintetico e funzionale delle principali caratteristiche dei diversi mercati esteri, dati sull'interscambio e flusso degli investimenti, elementi normativi e legislativi, schede anagrafiche delle Camere di Commercio Italiane all'Estero e altre informazioni utili. Cfr. sito Assocmerestero al link (*http://www.assocamerestero.com*)

Generalmente agli economisti, viene assegnato il compito di *analizzare* il mercato, *confrontare* le diverse realtà economiche, ma anche il *potenziale economico inespresso* che nasconde una regione o un Paese. Il fine di questo manoscritto è aiutare le imprese all'internazionalizzazione, e nello specifico quelle umbre, fornendo informazioni utili per valutare se il Gran Ducato può rientrare nella loro strategia di business, come mercato di sbocco.

Soggiornando e viaggiando in Lussemburgo, ho notato dei elementi in comune tra i due territori. Questo è stato lo spunto per riflettere su alcune *similitudini* che a prima vista appaiano *nascoste*. Le ho volute condividere con voi perché ritenute interessanti ed originali ai fini di rendere la lettura dell'elaborato un po' più invitante, davanti agli occhi del lettore.

Ci sono alcuni segni di somiglianza plurimi che possiamo trovare tra l'Umbria e il Lussemburgo.

Per cominciare potremmo partire per esempio dalla morfologia cartografica dei due territori (*Vedi* **Tabella A**)

Tabella A – Una lieve somiglianza tra le due carte politiche.

Umbria	Lussemburgo

Un altro aspetto che unisce entrambi i territori, è il fatto che rispetto le appartenenti macro-aree in cui generalmente vengono inclusi, mostrano di essere i territori di dimensioni più piccole rispetto agli altri. (*Vedi* **Tabella b**)

Tabella B - Fratelli minori

Italia Centrale	Benelux
Toscana (22.987,04 km²)	Paesi Bassi (41.543 km²)
Lazio (17.207,29 km²)	Belgio (30.536 km²)
Marche (9.401,38 km²)	
Umbria (8.464,33 km²)(*)	Lussemburgo (2.586 km²)(*)

Questo tipo di somiglianze la ritroviamo anche a livello di posizione geografica strategica. Entrambi i territori hanno una propensione economica naturale verso la logistica.

In questo campo, le differenze sono dovute al tempismo degli investimenti che ci sono stati in passato. Quello che fa riflettere se confrontiamo le due regioni economiche da un punto di vista logistico, è un sostanziale *gap* che pesa sull'infrastruttura umbra. Le ragioni probabilmente sono dovute, in gran parte, al fatto che la Regione a differenza del Gran Ducato non è ben collegata con gli altri territori confinanti limitrofi. Ritardi del passato che pesano sul presente dell'Umbria. Mi viene da pensare alle opere che sarebbero dovute essere pronte per collegare la Regione con le altre regioni del centro Italia: le Marche (opera in corso Quadrilatero), la Toscana (opera in progettazione la Strada Europea E78), con l'Abruzzi (opera in corso Variante Terni-Rieti) e l'Emilia Romagna (opera in corso Orte-Cesena-Ravenna).

Nonostante ciò, nel confronto l'Umbria si difende abbastanza bene. Ho riportato di seguito alcuni dati che ho trovato interessanti per un confronto nel campo in questione. (*Vedi* **Tabella C**)

Tabella C – Infrastruttura a supporto della logistica

	Umbria	Lussemburgo
Rete Ferroviaria	376 km[2] FS 157 km FCU	670 km[3] CFL
Rete Stradale		
Autostrade Superstrada	64 km[4] (133,75 km E-45)[5]	152 km[6]
Fluviale e/o Lacustre	1	1
Aeroporto	2	1
Rete Metropolitana	1	0

Tabella D - Logistica

	Umbria	Lussemburgo
Piattaforme logistiche	3	4[7]

Va sottolineato, un altro dato significativo. La presenza della comunità umbra in proporzione alla media italiana nel Gran Ducato è notevole. La popolazione italiana è rappresentata al primo posto dalla Puglia forte dei suoi oltre 6000 italiani registrati all'AIRE in Lussemburgo, seguita, al secondo posto ma ben distaccata, dall'Umbria (1.829), a cui seguono Friuli, Marche, Abruzzo, Calabria, Lombardia, Sicilia, Veneto e Lazio[8].

Questo aspetto lo trovo particolarmente interessante, una risorsa che la Regione può sfruttare ai fini di un ulteriore potenziamento del commercio futuro tra i due territori.

---

[2] Cfr. di cui solo 355 km elettrificati.
Vedi il link: (*www.rfi.it/cms/v/index.jsp?vgnextoid=3602205557d7b110VgnVCM1000003f16f90aRCRD*)
[3] I 574 km elettrificata fonte:
(*https://fr.wikipedia.org/wiki/Soci%C3%A9t%C3%A9_nationale_des_chemins_de_fer_luxembourgeois*)
[4] Cfr. (*https://it.wikipedia.org/wiki/Trasporti_dell'Umbria*)
[5] Cfr. (*http://umbria.portale-infrastrutture.it/infrastruttura_scheda.asp?id=435*)
[6] Fonte Ponts et Chaussées *v.* link (*http://www.pch.public.lu/fr/reseau-routier/autoroutes/index.html*)
[7] Cfr. *vedi* il link: (*http://www.itnation.lu/news/le-luxembourg-classe-8e-en-performance-logistique/31559/*)
[8] Cfr. *Vedi* il link: (*https://www.italiani.lu/mmp/online/website/menu_left/associations/2760/84/2776_IT.html*)

Volendo fare invece un vero e proprio confronto, la tabella di seguito può venirci incontro.

Tabella E – Valori macroeconomici a confronto

	Umbria[9]	**Lussemburgo**
Superficie	8.456 km²	2.586 km²
Popolazione	895.824	549.700
Densità	106 ab./km²	212 ab./km²
Moneta	Euro	Euro
Pil / Procapite	24.405,7[10]	84.889[11]
Capitale	Perugia	Lussembourg Ville
Città principali	Terni (113.324), Foligno (58 162), Città di Castello (40 567), Spoleto (39.574)	Esch-sur-Alzette (32.600), Differdange (23.600), Dudelange (19.400), Pétange (17.300).
Religione	Cattolici	Cattolici
Suddivisione amministrativa	2 province 92 Comuni	3 distretti 12 cantoni 106 comuni

La **Tabella E** ci offre la possibilità di sintetizzare le principali variabili e notare le differenze che possiamo riscontrare. Come possiamo vedere, l'Umbria ha pressappoco una popolazione che è quasi il doppio di quella lussemburghese. Cosi come l'estensione risulta quasi tre volte tanto. Di conseguenza quello che deduciamo, è che in Lussemburgo la popolazione è più concentrata 212 ab./km² (2 volte tanto) e questo si ripercuote su una maggiore e migliore percezione dei servizi per chi li riceve ed un minor costo che questi hanno per chi li erogano. Questo elemento (la densità) ci induce a pensare e forse ci aiuta a comprendere meglio, "uno dei tanti motivi", per cui è così alto il costo del settore immobiliare nel Gran Ducato.

---

[9] Cfr. *Vedi* il link: (*www.urbistat.it/adminstat/it/it/demografia/dati-sintesi/umbria/10/2*)

[10] I dati ottobre 2014. La scheda la trovate seguendo il sotto menù: Partecipazione sociale/Conti e aggregati economici territoriali/Valori pro capite euro/Umbria. Fonte ISTAT: (*http://dati.istat.it/*)

[11] Cfr. Rapporto Statec 2014 **"***Le Luxembourg en chiffres 2014***".** Viene preso in considerazione l'indice PIB/habitant. *Vedi* il link:
(*http://www.statistiques.public.lu/catalogue-publications/luxembourg-en-chiffres/luxembourg-chiffres.pdf*)
oppure al link: (*http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/luxembourg/presentation-du-luxembourg/*)

PRIMA PARTE

1.1. QUADRO DELLA ECONOMIA NELL'ULTIMO ANNO

1.1.1. Quadro macroeconomico

Le previsioni di crescita del PIL su base annua per il 2014 si attestano al 2,9%, dato che conferma la ripresa economica iniziata già nel 2012.

Il tasso di inflazione si è attestato intorno all'0,6%, in ribasso rispetto al 2013 (1,7%). Il tasso di disoccupazione riferito a dicembre 2014 è di 7,0%, contro il 7,1% dell'anno precedente.

La produzione industriale nel 2014 ha registrato un incremento rispetto alla media del 2013 (+6,5%). Le performance più interessanti sono state registrate in particolar modo nell'ambito della produzione di articoli in plastica (+21,2%), quello dei materiali di trasporto e altre industrie manifatturiere (+17,4%), nel settore tessile (+17,4%) e in quello dei materiali edili (+15,9%).

Il settore finanziario si presenta solido e diversificato. Importanti sono le attività di private banking e la gestione dei fondi di investimento. L'attività di gestione di fondi è in continuo aumento e, nel 2014, si è registrata una gestione di oltre il 42% dei fondi europei.

1.1.2. Infrastrutture e trasporti

Il Lussemburgo è dotato di una fitta ed efficiente rete di trasporti che, assieme alla posizione strategica del paese, sta permettendo la formazione di un grande cluster logistico. Al 1.01.2013 la rete stradale si sviluppava su 2.899 km di cui 152 autostradali

Il sistema ferroviario, gestito dalla compagnia statale CFL (Société National des Chemis de Fer Luxembourgeois), si articola su 275 km. Rilevanti sono i 37 km di vie navigabili e il porto di Mertert che connette il trasporto su rotaia, via terra e via mare.

Il paese dispone di un aeroporto internazionale che ospita la compagnia di bandiera Luxair e Cargolux una delle più importanti aziende al mondo per quanto riguarda il settore cargo. Il 2014 ha visto un aumento rispetto all'anno precedente del traffico passeggeri (+12,3%) e del traffico merci (+10,5%).

Tabella 1.1. - Alcuni dati sul Commercio Estero[12]

Totale import: mld/euro 18,076
Totale export: mld/euro 11,404
Principali prodotti importati (% sul totale): mezzi di trasporto (18,9%); macchinari e attrezzature (13,4%); combustibili minerali e lubrificanti (12,5%).
Principali prodotti esportati (% sul totale): articoli manifatturieri e materiali comuni (26,4%); altri articoli manifatturieri (15,7%); macchinari e attrezzature (15,6%).

Tabella 1.2. - Principali partner commerciali[13]

Paesi Clienti: Germania (27,8%); Francia (13,6%); Belgio (13%); USA (3,9%); Italia (3,4%).
Paesi Fornitori: Belgio (34,1%); Germania (27,2%); Francia (13,3%); USA (6,5%), Italia (2,3%).

Tabella 1.3. - Interscambio con l'Italia[14]

Saldo commerciale: mld/euro -0,0219
Principali prodotti importati dall'Italia (% sul totale): macchine ed attrezzatture (18%); materiali plastici e gomma (12,2%); prodotti alimentari, bevande e tabacchi (10,1%).
Principali prodotti esportati in Italia (% sul totale): metalli comuni e articoli realizzati con queste materie (32,8%); macchine ed attrezzature (21%), materiali plastici e gomma (16,9%).

[12] Fonte: Statec
[13] Fonte: Statec
[14] Fonte: Statec

Tabella 1.4. - Investimenti esteri (principali Paesi)[15]

Paesi di provenienza: Germania (22,4%); USA (15,2%); Francia (9,3%); Belgio (7,0%).
Paesi di destinazione: Germania (11,4%); Belgio (10,9%); Spagna (8,1%); USA (4,3%).

Tabella 1.5. - Investimenti esteri (principali settori)

Verso il paese: banche (43,1%); industria (38%); assicurazioni (5,0%).
Italiani verso il paese: banche (56,7%); industria (42,3%); assicurazioni (1,0%).
All'estero del paese: industria (74,1%); banche (6,9%); assicurazioni (0,8%).

[15] Fonte: Statec

1.2 ASPETTI NORMATIVI E LEGISLATIVI

1.2.1. Regolamentazione degli scambi

Sdoganamento e documenti di importazione

In virtù di quanto stabilito dal Trattato dell'Unione Economica belgo-lussemburghese (firmato il 25.07.1921), il Lussemburgo e il Belgio formano un unico territorio doganale e la legislazione belga è valida anche per il Lussemburgo.

1.2.2. Classificazione doganale delle merci: sistema armonizzato.

Restrizioni alle importazioni

Sottoposti ad accise le categorie di prodotto quali tabacco, oli minerali e alcolici;

Importazioni temporanee

Vengono rilasciati permessi temporanei in caso di eventi occasionali quali esposizioni fieristiche.

1.2.3. Attività di investimento ed insediamenti produttivi nel paese

Normativa per gli investimenti stranieri

Le aziende straniere sono poste sullo stesso piano delle imprese locali, e godono di sostanziosi incentivi fiscali e d'altro genere. Con riferimento agli sgravi fiscali sono disponibili le agevolazioni previste dalla Legge 4.12.1967 (modificata dalla legge del 3 dicembre 2014) relativa alle imposte sui redditi e la Legge 12.12.1996 sulle imposte dirette e indirette gravanti sulle imprese. Nessun settore d'attività è precluso agli investimenti esteri.

Legislazione societaria

Filiali e succursali sono inquadrate dal punto di vista giuridico e fiscale in maniera distinta. La filiale mantiene la nazionalità della casa madre da cui è controllata, ma dalla quale rimane giuridicamente indipendente. La succursale, è sottoposta alle stesse formalità di deposito e pubblicità previste per le società di diritto lussemburghese. E' obbligatorio il deposito presso il *Registre de Commerce et des Sociétés* (RCS) di alcuni documenti, quali: indirizzo e attività; immatricolazione e iscrizione nel registro delle imprese; identità delle persone che rispondono verso i terzi e la giustizia; documenti contabili. Entrambe sono soggette ad A*utorisation d'établissement*, con validità a tempo indeterminato, rilasciata dal *Ministre des Classes Moyennes* (MCM).

1.2.3. Brevetti e proprietà intellettuale[16]

La materia è disciplinata dalla legge del 20.07.1992, così come modificata dalla legge del 22.05.2009, nonché dalle Convenzioni internazionali di Parigi (1883) e Lussemburgo (1975). L'ordinamento giuridico distingue tra proprietà intellettuale e diritto d'autore. Il brevetto appartiene alla prima categoria. Esso è un titolo giuridico in virtù del quale viene conferito, al titolare o agli aventi diritto, un monopolio temporaneo di sfruttamento dell'invenzione per la durata di 20 anni con possibilità di rinnovo. Dalla data di scadenza il prodotto brevettato diviene di dominio pubblico.

1.2.4. Sistema fiscale

L'imposta sui redditi (LIR) è basata sul principio *worldwide income taxation*, che presuppone una distinzione tra società residenti totalmente tassabili e società non residenti soggette a tassazione ridotta.

Tabella 1.6. – Le imposte

IMPOSTA SUL REDDITO DELLE PERSONE FISICHE (euro)[17]			
0%	Redditi inferiori a 11.265	**8%**	11.265 - 13.173
10%	13.173 - 15.081	**12%**	15.081 -16.989
14%	16.989 – 18.897	**16%**	18.897 – 20.805
18%	20.805 – 22.713	**20%**	22.713 – 24.621
22%	24.621- 26.529	**24%**	26.529 – 28.437
26%	28.437 – 30.345	**28%**	30.345 – 32.253

[16] Sui redditi generati dall'acquisizione e dallo sviluppo della proprietà intellettuale si beneficia di un tasso di esenzione del 80%.
[17] Cfr. *Vedi* il link: (*https://www.impotsdirects.public.lu*)

30%	32.253 – 34.161	**32%**	34.161 – 36.069
34%	36.069 – 37.977	**36%**	37.977 – 39.885
38%	39.885 – 41.793	**39%**	41.793 - 100.000
40%	Oltre 100.000		

Anno fiscale: 1 gennaio - 31 dicembre 2014

1.2.4. Tassazione sulle attività di impresa

Le società che hanno sede sul territorio sono soggette a tassazione (permangono regimi di esenzione eccezionali su plusvalenze e dividendi da partecipazioni qualificate). L'imposta sul reddito societario (IRC), applicabile alle società residenti e non residenti, è fissata al 20% per una base imponibile inferiore a euro 15.000; 21% per una base imponibile superiore a euro 15.000. É prevista un'imposta commerciale comunale (ICC), determinata moltiplicando un tasso del 3%, fissato dalla legge, per un tasso compreso tra il 200% e il 400% stabilito dal comune di competenza. Nel caso del Comune di Lussemburgo l'imposta, dal 1.01.2011 è del 6,75%. Complessivamente, nel Comune di Lussemburgo, considerate IRC, ICC e il fondo per l'impiego, la tassazione effettiva è del 27,75%. E' prevista un'imposta minima che varia da euro 500 a 20000 e che è pari ad euro 3.210 per le società finanziarie.

Dal reddito imponibile possono essere dedotte tutte le spese definite dalla legge come spese derivanti da attività imprenditoriale. In questa categoria sono compresi anche gli interessi, le royalties e i compensi di servizio, purché non costituiscano una distribuzione occulta di profitti. Non sono deducibili dal reddito i dividendi e le distribuzioni occulte di profitti. In particolare per quanto riguarda i dividendi, la legge prevede una ritenuta alla fonte del 15% che può essere ridotta al 5% in presenza di una convenzione fiscale internazionale. Un esonero dalla ritenuta è previsto nel caso in cui la casa madre detenga una partecipazione nella figlia di almeno il 10% del capitale per un periodo ininterrotto di 12 mesi o quando il prezzo pagato per l'acquisto della partecipazione stessa sia stato di almeno euro 600.000. I compensi agli amministratori (residenti e non residenti) prevedono una ritenuta alla fonte pari al 20%.

1.2.5. Imposta sul valore aggiunto (TVA)

Le disposizioni in materia di TVA sono in vigore con decorrenza 01.01.2010. La direttiva 2008/9/CE introduce nuove procedure di rimborso (non per i soggetti passivi non-comunitari per cui rimane invariato). La legislazione prevede un tasso ordinario (17%) e uno ridotto (14%, 8%, 3%, a seconda dei casi). In particolare, l'aliquota del 3% è applicata ai prodotti alimentari, bevande non alcoliche, medicinali, libri, scarpe e vestiti per bambini, l'acqua, l'affitto a uso locativo; quella del 8% alla fornitura di energia elettrica e gas, energia elettrica, piante; quella del 14% al vino, carburante e benzina. Presente un'imposta sui consumi per alcool, tabacco, oli minerali.

1.3. NOTIZIE PER L'OPERATORE

1.3.1. Sistema bancario

Il settore bancario e non si presenta solido, affidabile ed attrattivo, questo grazie anche ad un rischio paese classificato come NC[18].

La Banca Centrale Lussemburghese fa sapere che l'ammontare dei bilanci provvisori delle banche a dicembre 2014 ammonta a mln/euro 738.136 (+3,2%). La somma provvisoria dei bilanci delle OPC (*Organismes de Placement Collectif*) é di mln/euro 226.913 al 31.12.2014 (+19%). Nella lista ufficiale compaiono 143 banche di cui 30 tedesche, 15 francesi, 12 svizzere, 10 italiane, 8 inglesi e 7 svedesi.

Tabella 1.7. – Tassi Bancari

TASSI BANCARI[19]	
Tipologia	**Valore**
Tasso di interesse su crediti immobiliari accordato alle famiglie	1,83% (variabile) 2,31% (fisso)
Tasso di interesse sui crediti al consumo	4%
Tasso di interesse sui depositi a termine accordati a famiglie	0,4%
Tasso di interesse variabile sui crediti accordati a società non finanziarie	1,96% (montante inferiore o uguale a mln/euro 1) 1,37% (montante superiore a 1 milione di euro)
Tasso sui depositi a termine accordati a società non finanziarie	0,06%

[18] Fonte: OCSE. Categoria OCSE (o categoria di rischio) indica il grado di rischiosità (da 0 a 7, dove 0 =rischio minore e 7=rischio massimo), ovvero la probabilità che si verifichi un default. Con NC si identificano Paesi OCSE e/o area Euro ad alto reddito per i quali non è prevista l'assegnazione di una categoria di rischio.
[19] Fonte: Banca centrale del Lussemburgo (02 dicembre 2014).

1.3.2. Parchi industriali e zone franche

Dal 2002 il governo sta promuovendo la *Luxembourg Cluster Initiative* il cui intento è permettere la cooperazione tra pubblico e privato e contribuire alla R&S, in particolare per automotive, ricerche biomediche, innovazioni ecosostenibili, hi-tech, materiali tecnologici e tecnologia satellitare. Altri cluster di rilievo sono quello nel settore marittimo, e-commerce e logistico. Tra le agevolazioni previste dal regime di zona franca, la sospensione dell'IVA per operazioni che avvengono all'interno di depositi diversi da quelli doganali. A tal proposito, si segnala che a settembre 2014, è stato inaugurato Le Freeport Luxembourg. Un hub logistico aperto a spedizionieri o agenti attivi nel trasporto specializzato, movimentazione e stoccaggio delle merci di valore che sono debitamente autorizzati dalle autorità doganali del Lussemburgo e accettate dalla lussemburghese Freeport Management Company S.A..

1.3.3. Accordi con l'Italia

Convenzione per evitare la doppia imposizione in materia di imposte sul reddito e sul patrimonio e per prevenire la frode e l'evasione fiscale (in vigore dal febbraio 1983); Protocollo aggiuntivo e Scambio di lettere recante modifiche alla convenzione stipulata nel 1983, in particolare per l'esclusione del segreto bancario dai limiti dello scambio di informazioni su richiesta (approvato il disegno di legge in sede di Consiglio dei Ministri nel mese di dicembre 2013). Il provvedimento sopra citato è stato sottoposto a ratifica con l'emanazione della legge n. 150 del 3 ottobre 2014, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale (n° 248 – serie generale).

SECONDA PARTE

Questa seconda parte del lavoro è rivolta a coloro intenzionati all'internazionalizzazione del loro business a Lussemburgo, fornendo alcuni strumenti pratici e linee guida per l'occasione.

2.1. IL RUOLO DELLA CCIL

A settembre del 2015 verrà celebrato il 25° anniversario dalla fondazione della Camera di Commercio Italo – Lussemburghese A.s.b.l.. La CCIL ha svolto e continua a svolgere tuttora un ruolo molto importante a sostegno dell'internazionalizzazione dell'imprenditoria italiana in Lussemburgo. Fondata nata il 21 maggio 1990, è stata riconosciuta dal Governo italiano con decreto datato 5 ottobre 1992, con il patrocinio dell'Ambasciata Italiana a Lussemburgo e di quello del Ministero degli Affari Esteri e del Commercio con l'Estero del Lussemburgo.

Nel 2014 l'Associazione ha consolidato il trend positivo delle proprie attività che toccano ormai molteplici sfere d'azione dalla promozione, ai servizi alle imprese che si sono moltiplicati come numero fino a toccare la più alta formazione professionale e specifica dei settori quali la finanza internazionale. Di grande rilievo resta il settore della formazione con il Master in Finanza Internazionale

La Camera ha consolidato il suo ruolo, sia a livello istituzionale che a livello imprenditoriale, di punto di riferimento per i servizi promozionali e commerciali relativi all'interscambio tra Italia ed il Lussemburgo. La Camera svolge per il Lussemburgo tutte le azioni necessarie a supportare la presenza commerciale italiana in loco in raccordo con l'Ambasciata d'Italia a Lussemburgo.

A tal proposito, sarebbe stato interessante analizzare la serie storica, l'andamento dei servizi (economici e giuridici) offerti alle imprese da parte della CCIL. Il mio interesse in questo campo era forte in questo senso, ma per motivi di sensibilità dei dati, così mi è stato motivato, non mi è stato possibile compiere questo studio.

La Camera, inoltre, anche nel corso del 2014 ha perseguito con grande impegno la politica della qualità dei propri servizi alle imprese ed è infatti certificata ISO 9001.

2.2. LE ATTIVITA' DELLA CCIL

La CCIL partecipa ed organizza (come nel caso di Italia Dimensione 2000) manifestazioni promozionali. Le fiere internazionali a cui partecipa sono volte a promuove attività commerciali ed industriali a sostegno del Made in Italy.

Tabella 2.1. – Scheda riassuntiva delle attività della Camera

- Manifestazioni promozionali: le fiere internazionali
  - Vakanz
  - Foire de Printemps
  - Great Region Business Days
  - Italia dimensione 2000
  - Home et Living Expo
  - I festival della gastronomia italiana
- Networking per i propri associati
- Servizi alle imprese
  - Desk d'informazione e di primo orientamento
  - Informazioni commerciali
  - Servizio mailing per conto terzi
  - Consulenza ed assistenza alle imprese
    - Procedura per avviare l'apertura di un'attività commerciale in Lussemburgo
  - Servizio di traduzione e di Segreteria
- Area informativa
- Tavole rotonde e seminari
- Formazione
- Attività di rete

2.2.1. MANIFESTAZIONI PROMOZIONALI E FIERE INTERNAZIONALI

2.2.2. VAKANZ

La Camera di Commercio Italo-Lussemburghese ogni anno cerca di far conoscere al Lussemburgo e a tutta la Grande Regione, le ricchezze turistiche e alberghiere italiane.

Dal 17 al 19 gennaio 2015 si è svolto, presso i locali fieristici di Luxexpo il Salone Internazionale del Turismo, Vakanz. La Camera di Commercio, dopo il successo ottenuto nelle precedenti edizioni, ha allestito uno spazio espositivo di 66 metri quadrati dedicato all'Italia. Tale spazio è stato riservato di 66 metri quadrati dedicato all'Italia. Tale spazio è stato riservato alle aziende, agli hotel e alle Camere di Commercio che hanno effettuato la promozione del proprio territorio. Il salone è stato inaugurato dal Vice Primo Ministro e Ministro dell'Economia, Etienne Schneider, e dal Segretario di Stato per l'Economia, Francine Closener.

La Camera ha organizzato incontri personalizzati tra operatori locali specializzati nel settore e le aziende presenti.

2.2.3. FOIRE DE PRINTEMP

Un appuntamento ormai consolidato giunto alla 103esima edizione, la più grande esposizione di beni di consumo della Grande Regione con 33.000 m^2 d'esposizione e oltre 400 espositori provenienti da 14 paesi diversi, si è tenuta dal 9 al 17 maggio 2015 nei padiglioni di Luxexpo.

Cinque le lezioni in cui si è articolata la manifestazione:

- Vinigast: vini, alimentazione, prodotti del territorio
- Mobigast: arte della tavola, arte domestica
- Floriva: arredamento esterno, piscine, barbecue
- Service: istituzioni pubbliche, società commerciali, a.s.b.l.
- Shop'in: moda, accessori, bellezza

2.2.3.1. UN'INDAGINE SULLA CONOSCENZA DELL'UMBRIA E DEI SUOI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI

Durante la Fiera di Primavera, a cui ho personalmente partecipato, ho colto l'occasione per improvvisare una breve indagine statistica, provando a testare la conoscenza che i partecipanti avevano dell'Umbria e dei suoi prodotti agroalimentari.

Su un campione di 72 persone che hanno acconsentito a farsi intervistare, ho posto 7 quesiti aventi risposta binaria (si/no). I risultati della ricerca sono stati raccolti e riportati di seguito. (*Vedi* **Tabella 2.2.)**. Ho deciso di adottare questa formula d'indagine con risposte binarie, per avere il maggior numero di consensi da parte dei visitatori. L'intento era di non infastidirli oltre misura. Chi era venuto a godersi la fiera, non sarebbe stato molto propenso a subire un'indagine statistica con domande multiple articolate.

Tabella 2.2. – Risultati dell'indagine alla Foire de Printemp

Domande a carattere generale	**Si**	**No**	**Tot.**
Sei stato in Italia	65	7	72
Conosci l'Umbria?	19(**)	48	72
Ci sei mai stato?	8(*)	64	72
Se potessi, ci andresti?	32	40	72
Consumi prodotti enogastronomici italiani?	-	-	-
	45	27	72
Quali prodotti agroalimentari italiani sei/siete soliti acquistare	-	-	-
Pasta	44	28	72
Vino	39	33	72
Olio	27	45	72
Formaggi	30	42	72
Salumi	26	46	72
Frutta	10	62	72
Domande specifiche sulla conoscenza dell'Umbria e dei suoi prodotti	**Si**	**No**	**Tot.**
Cosa pensi che si produca in Umbria?	-	-	-
Olio	23	49	72
Vino	15	57	72
Tartufo	1	71	72
Cioccolata	3	69	72
Hai mai consumato prodotti umbri?	8(*)	64	72
Quali prodotti umbri conosci?	-	-	-
Olio	13(**)	60	72
Vino	5(**)	67	72
Cioccolata	2(**)	70	72

Mi rendo conto che il campione di 72 persone su 50.000 visitatori[20] non è molto rappresentativo. Ai fini della statistica sarebbe stato interessante intervistare almeno 400 persone. Ma sfortunatamente solo 72 hanno dato il loro consenso.

Inoltre, c'è una distorsione nella scelta del campione, ma di questo me ne sono reso conto a fine delle interviste. All'incirca una 20ina dei partecipanti che hanno preso parte all'intervista, dichiarò di avere origini italiane (figli di emigranti o italiani residenti di recente in Lussemburgo per motivi di lavoro).

Il 62,5% degli intervistati ha dichiarato di fare uso di prodotti agroalimentari italiani. Un buon segnale per il Made in Italy. Il dato significativo, a differenza di quanto potessimo pensare, è che l'11,11% (8/72) dichiara di aver consumato prodotti umbri. Questo dato mi stupisce, perché in contro tendenza con i dati Istat sull'export, che classifica molto basso il peso[21] che riveste l'Umbria sull'export nazionale, ma allo stesso tempo è comprensibile perché probabilmente condizionato per buona parte, dall'incidenza che hanno avuto i visitatori di origine italiana[22] sul campione in esame.

Un'altra ipotesi sul successo del "Made in Umbria" può essere dovuta al fatto che, nonostante 11,11% degli intervistati può essere a conoscenza della qualità di prodotti umbri, la scarsa presenza dei prodotti umbri nella rete della grande distribuzione (GD) lussemburghese, può fortemente penalizzare il potenziale inespresso dell'export umbro. Per un confronto su come è strutturata la GD in Lussemburgo, si rinvia il lettore più avanti. (*Vedi* **Tabella 2.4**)

---

[20] Cfr. *Vedi* il link: (*http://www.jeudi.lu/foire-de-printemps-2015la-barre-des-50-000-visiteurs-a-ete-franchie-dimanche-soir/*)

[21] Fonte: Rapporto Istat, "Principali regioni esportatrici - Anni 2014-2015"
Cfr**.** *Vedi* il link: (*https://www.coeweb.istat.it/Performance/perf_province.pdf*)

[22] Cfr. *vedi* in precedenza la nota (8), il peso della comunità umbra a Lussemburgo.

2.2.4. GREATER REGION BUSINESS DAYS

La Camera di Commercio Italo-Lussemburghese partecipa, ogni anno, in veste di partner per l'Italia, al Greater Region Business Days. Un rapporto di partenariato con la "*Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg*" consolidato nel tempo che ormai è giunto alla IV edizione del GR, il salone professionale b2b dedicato alle piccole e medie imprese e alle aziende start-up.

L'evento mira a creare matchmaking, attraverso il b2fair, incontri professionali multisettoriali, transregionali e transnazionali offrendo ai partecipanti un modo efficace, dinamico ed innovativo per sviluppare rapporti commerciali con imprese di diversi Paesi.

Molteplici i settori partecipanti: eco-ambiente e energia, bio-edilizia e sviluppo sostenibile, mobilità elettrica, meccanica e meccanica e metallurgia, automobilistico, scienze della vita e biotecnologie, ITC, e-commerce e web-marketing, trasporto e logistica, formazione e educazione e servizi alle imprese. Questa manifestazione permette, quindi, alle imprese partecipati di presentare i propri prodotti e servizi ai professionisti dei vari settori coinvolti, con lo scopo di stimolare la competitività e la crescita delle PMI stesse.

Nel 2015 ho affiancato personalmente la Dott.ssa Falaschi nella partecipazione della Camera all'evento. Nell'ultima edizione, conclusasi il mese di giugno, la CCIL ha promosso al salone b2b la presenza di **KiteGen S.p.A**. La società promuove un progetto il KiteGen**,** il cui fine è la produzione di energia elettrica sfruttando i venti di alta quota. L'azienda piemontese è stata rappresentata all'evento dall'Avv. Davide Baratto.

2.2.5. ITALIA DIMENSIONE 2000

Italia Dimensione 2000 è un evento organizzato dalla CCIL e che si tiene in Lussemburgo con frequenza biennale. L'anno scorso, la Camera di Commercio Italo-Lussemburghese, con il patrocinio dell'Ambasciata d'Italia a Lussemburgo e in occasione del semestre italiano di presidenza del Consiglio dell'Unione Europea, ha organizzato, dal 26 al 28 settembre 2014, l'undicesima edizione di "Italia Dimensione 2000".

La manifestazione si è svolta nei locali di Luxexpo e ha visto la realizzazione di sezioni espositive per la promozione dei maggiori settori del "Made in Italy": enogastronomia, turismo arredamento, artigianato artistico e motori. Settanta le imprese partecipanti che hanno fatto conoscere il proprio brand e sviluppato incontri B2B organizzati con partners commerciali.

2.3. SERVIZI ALLE IMPRESE

Fra le attività principali che la Camera di Commercio ha svolto nel corso dell'anno 2014, di primaria importanza sono state quelle di assistenza e consulenza alle imprese italiane interessate al mercato lussemburghese, ed ugualmente l'assistenza alle aziende interessate ad intraprendere rapporti commerciali o avere dei contatti con dei partners italiani. L'attività camerale si estrinseca attraverso le seguenti attività:

- **Desk d'informazione e di primo orientamento**
  La camera ha accolto operatori e privati cittadini e lussemburghesi ai quali è stato fornito un servizio di primo orientamento attraverso informazioni "spot" sui due Paesi.

- **Informazioni commerciali**
  Sono stati forniti su richiesta nominativi ed indirizzi o altre informazioni dettagliate, relative ad imprese e società lussemburghesi o anche italiane operanti in Lussemburgo.

- **Servizi mailing per conto terzi**
  La CCIL ha effettuato sevizi di mailing di presentazione di aziende italiane su tutto il territorio del Granducato

- **Consulenza ed assistenza alle imprese**
  E' stata fornita attività di assistenza e consulenza per la costituzione di società in Lussemburgo ed è stato offerto un servizio di ricerca di personale attraverso la pubblicazione di annunci o mettendo a disposizione delle aziende richiedenti le proprie banche-dati.

- **Servizio di traduzione e di Segreteria**
  Tramite il proprio personale bilingue la Camera ha offerto un servizio di traduzione e interpretariato alle aziende che ne hanno fatto richiesta e, per quelle che non disponevano di personale sufficiente per svolgere pratiche o servizi di accoglienza, ha messo a disposizione il proprio personale per servizi di segreteria e accoglienza.

2.3.1. PROCEDURA PER AVVIARE UN'ATTIVITÀ COMMERCIALE A LUSSEMBURGO

La Camera di Commercio Italo-Lussemburghese, nel perseguimento del suo ruolo istituzionale volto all'internazionalizzazione delle PMI italiane interessate al mercato lussemburghese e a favorire l'interscambio commerciale tra i due Paesi, è in grado di fornire tutta l'assistenza necessaria agli operatori italiani nello svolgimento delle procedure da presentare per l'apertura commerciale nel Gran Ducato.

Per l'esercizio in via continuativa di attività commerciale, artigianali, industriali e professionali a Lussemburgo è necessario l'ottenimento di un'*autorisation d'établissement* ("autorisation de commerce"), rilasciata dal Ministère des Classes Moyennes[23].

E' possibile scaricare l'apposito formulario sul sito internet: *www.mcm.public.lu*

Il rilascio di tale autorizzazione, valida in via di principio a tempo indeterminato, è subordinato all'esamina da parte di una Commissione Amministrativa che valuta la domanda tenendo conto soprattutto delle caratteristiche professionali del richiedente.

I documenti necessari per la presentazione della domanda di Autorisation d'Établissement sono i seguenti:

- Dichiarazione delle attività che si intendono svolgere a Lussemburgo;
- Documenti attestanti l'onorabilità professionale/ estratto del Casellario Giudiziario dichiarazione sull'onere e dichiarazione di non fallimento sottoscritta davanti ad un notaio.
- Copia dei titoli, diplomi o certificati attestanti le qualifiche professionali;
- Fotocopia del documento di identità del dichiarante;
- Prova del pagamento dei diritti di cancelleria di 24,00€;
- In caso di richiesta da parte di una società, un progetto di statuto.

Una volta accordata l'Autorisation d'Établissement sarà necessario procedere all'immatricolazione ai fini I.V.A. presso l'Amministration de l'Enregistrement et des Domaines, all'immatricolazione presso l'Administration des Contributions Directers e all'affiliazione presso il Centre Commun de la Securitè Sociale.

---

[23] Cfr. *Vedi* il sito: (*http://www.guichet.public.lu/entreprises/fr/creation-developpement/autorisation-etablissement/autorisation-honorabilite/autorisation-etablissement/*)

Qualora il richiedente non possieda un diploma o un'attestazione che provi la pratica professionale, dovrebbe seguire un corso di formazione per l'accesso alla professione commerciante e sostenere un esame presso la Luxembourg School of Commerce.

Requisiti per poter esercitare un'attività nel professionale nel Granducato:

- Aver compiuto 18 anni
- Godere dei diritti civili
- Provare di avere conoscenza approfondita in materia di Gestione d'Impresa
- Copia dei Titoli, diplomi o certificati (attestazione CE o equivalente)
- L'impresa deve disporre di un luogo fisso di esercizio a Lussemburgo

2.4. LA PRESENZA ECONOMICA ITALIANA NELL'ECONOMIA LUSSEMBURGHESE

Qui di seguito ho riportato una breve sintesi di come è distribuita e strutturata la presenza economica italiana nell'economia lussemburghese e quali sono le categorie maggiormente interessati.

Tabella 2.3. – La presenza economica italiana e del Made in Italy in Lussemburgo

<table>
<tr><th colspan="6">I TRE SETTORI DELL'ECONOMIA</th></tr>
<tr><th colspan="6">SETTORE PRIMARIO</th></tr>
<tr><td colspan="3">Presenze</td><td colspan="3">Nessuna</td></tr>
<tr><td colspan="6"></td></tr>
<tr><th colspan="6">SETTORE SECONDARIO</th></tr>
<tr><td></td><td>Categorie</td><td colspan="2">Parziali</td><td colspan="2">Totali</td></tr>
<tr><td>a.</td><td>Industria</td><td colspan="2">7[24]</td><td colspan="2" rowspan="3">15</td></tr>
<tr><td>b.</td><td>Costruzioni</td><td colspan="2">3(**)+5(****)</td></tr>
<tr><td>c.</td><td>Artigianato</td><td colspan="2">0</td></tr>
<tr><td colspan="6"></td></tr>
<tr><th colspan="6">SETTORE TERZIARIO (Tradizionale)</th></tr>
<tr><td></td><td>Categorie</td><td>Sottocategorie</td><td>Parziali</td><td colspan="2">Totali</td></tr>
<tr><td rowspan="3">I</td><td rowspan="3">Horeca</td><td>Ristoranti[25]</td><td>270</td><td rowspan="3">399</td><td rowspan="13">590</td></tr>
<tr><td>Gastronomia</td><td>50</td></tr>
<tr><td>Vinoteche</td><td>79</td></tr>
<tr><td rowspan="6">II</td><td rowspan="6">Moda</td><td>Abbigliamento</td><td>34</td><td rowspan="6">69</td></tr>
<tr><td>Lingerie</td><td>2</td></tr>
<tr><td>Pelletteria</td><td>5</td></tr>
<tr><td>Calzature</td><td>12</td></tr>
<tr><td>Profumeria</td><td>6</td></tr>
<tr><td>Ottica</td><td>10</td></tr>
<tr><td>III</td><td>Trasporti</td><td></td><td>2</td><td>2</td></tr>
<tr><td>IV</td><td>Mobili</td><td>Design(***)</td><td>86</td><td>86</td></tr>
<tr><td>V</td><td>Preziosi</td><td>Gioiellerie(***)</td><td>18</td><td>18</td></tr>
<tr><td rowspan="3">VI</td><td rowspan="3">Finanza</td><td>Banche</td><td>10</td><td rowspan="3">16</td></tr>
<tr><td>Sgr</td><td>4</td></tr>
<tr><td>Corporate</td><td>2</td></tr>
</table>

[24] Cfr. *Vedi* il link: (*http://www.infomercatiesteri.it/presenza_italiana.php?id_paesi=76*)
[25] Di cui 20 a marchio Ospitalità Italiana. Cfr. *Vedi* il sito: (*http://www.10q.it*)

La **Tabella 2.3.** è il risultato del lavoro di costruzione di un database presso la CCIL, a cui ho partecipato attivamente, mappando le varie attività che commercializzano prodotti italiani, integrato con uno studio di ricerca personale compiuto in loco.

Per poter considerare le attività economiche indagate presenti in Lussemburgo come italiane, non è stato per nulla semplice definire dei criteri, che fossero univoci e rappresentativi della realtà fin dall'inizio. Dal momento in cui viene aperta un'attività nel Gran Ducato per il diritto lussemburghese questa diventa a tutti gli effetti un'azienda lussemburghese. Allora perché l'azienda indagata potesse rientrare nella categoria preposta, ho provato ad adottare come criteri guida, la presenza di una delle seguenti condizioni:

* Aziende Italiane

** Aziende di proprietà di italiani

*** Aziende che vendono prodotti o prestano servizi Made in Italy

**** Aziende pendolari italiane

Nel caso delle sottocategorie moda, ottica e gioiellerie è stato adottato il criterio per prodotti. Per cui sono state incluse anche quelle aziende, che pur non essendo di proprietà di italiani, commercializzassero prodotti italiani (***).

Dalla tabella risulta chiaro come l'imprenditoria italiana e tutto ciò che gira intorno al Made in Italy si sia distribuita intorno al settore terziario (tradizionale) dell'economia lussemburghese. Questo dato che combacia a livello macroeconomico con quello che è il peso che riveste il Terziario nell'economia del Paese. L'imprenditoria italiana ha saputo seguire la tendenza di fondo e sapersi inserirsi nel settore terziario, costruendosi un ruolo di tutto rispetto.

La ricerca ha interessato anche lo studio della distribuzione alimentare. In questo caso ho voluto analizzare come è strutturata la *rete della distribuzione alimentare* all'interno del Lussemburgo. I dati sono stati raccolti e sintetizzati di seguito. (*Vedi* **Tabella 2.4.**)

Tabella 2.4. – La rete della distribuzione alimentare in Lussemburgo

LA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE	
Grossisti	
Nome Azienda	**Nazionalità**
Mondial Food	IT
Eurofood	IT
La Provencale Sàrl.	LU
GD	
Nome Azienda	
Auchan	FR
Delhaize	BE
Cactus	LU
Cora	FR
Nessun azienda	IT
Dettaglianti	
Nome Azienda	
Bondani & Cie Sàrl	IT
Epicerie Luisi Sàrl	IT
Gastronomica Luxembourg Sàrl	IT
Galli & Galli	IT
Mundus Cibus Sàrl	IT

Anche in questo caso, nel mappare la distribuzione alimentare ho voluto seguire gli stessi criteri che mi hanno portato a costruire e stilare la **Tabella 2.3.**. Quello che emerge è un buon posizionamento dell'imprenditoria italiana in Lussemburgo, nella rete dei grossisti. Su tre dei più grandi grossisti, due sono italiani. Quello che risulta deficitario è la presenza dell'imprenditoria italiana nella grande distribuzione (GD). Forse perché questa è una carenza endogena tutta del sistema economico italiano, e rispecchia il fatto di non aver sviluppato con successo in passato un'industria della GD nazionale. Oggi risulta un'occasione mancata, un'arma in meno (un canale privilegiato) per poter aggredire i mercati internazionali. Per l'Italia, la presenza di un'industria affermata della GD sulla scena internazionale, avrebbe funto da supporto e sostegno all'export agroalimentare e dei prodotto enogastronomici italiani. Il caso di successo della GD francese insegna.

Riguardo ai negozi a dettaglio, ho voluto elencare i principali cinque che commercializzano prodotti alimentari italiani. Potrebbero risultare interessanti per quelle PMI umbre interessate a testare il mercato lussemburghese senza dover passare dalla GD.

Questo elaborato si conclude qui, per vincoli puramente formali[26], imposti dalla CCIAA di Perugia. Ovviamente per chi fosse interessato ad avere una visione completa e più dettagliata del progetto di ricerca, sulle potenzialità del mercato lussemburghese per le PMI umbre (o di altre regioni) e per ogni informazione a riguardo, si senta pure libero di contattare l'Autore[27] o la CCIAA di Perugia.

Inoltre, con la presente colgo l'occasione per ringraziare tutte le persone che nel corso della ricerca si sono dimostrate disponibili e hanno concorso alla realizzazione del progetto.

Lussemburgo, il 30 giugno 2015

Tedi UJKAJ

---

[26] Cfr. Art. 13 del Bando Improve Your Talent Ed. 2014, l'elaborato finale dovrà avere una lunghezza compresa tra un minimo di 20.000 e un massimo di 40.000 battute (spazi inclusi).

[27] **E-mail: tedi.ujkaj@gmail.com**

Riferimenti

Bibliografia

L'Annuario dei Soci della Camera di Commercio Italo – Lussemburghese (CCIL), realizzato in collaborazione con la Camera di Commercio Belgo-Italiana (CCBI) 2014.

Info Italie – Magazine trimestrale d'informazione della CCIL e CCBI

Sitografia

http://www.infomercatiesteri.it/

http://www.editus.lu/

http://www.yellow.lu/

http://www.statistiques.public.lu/

http://www.legilux.public.lu/leg/index.html

http://www.ccilux.eu/IT/annuario.asp

http://www.cc.lu/

http://www.cssf.lu/

http://www.guichet.public.lu/home/fr/index.html

http://www.gr-businessdays.com/

http://www.een-matchmaking.com/

http://www.luxinnovation.lu/