

MERKUR

Published by Luxembourg
Chamber of Commerce
www.cc.lu

SEPT • OCT 2020

Cover Story: Internationalisation

A la conquête de nouveaux marchés

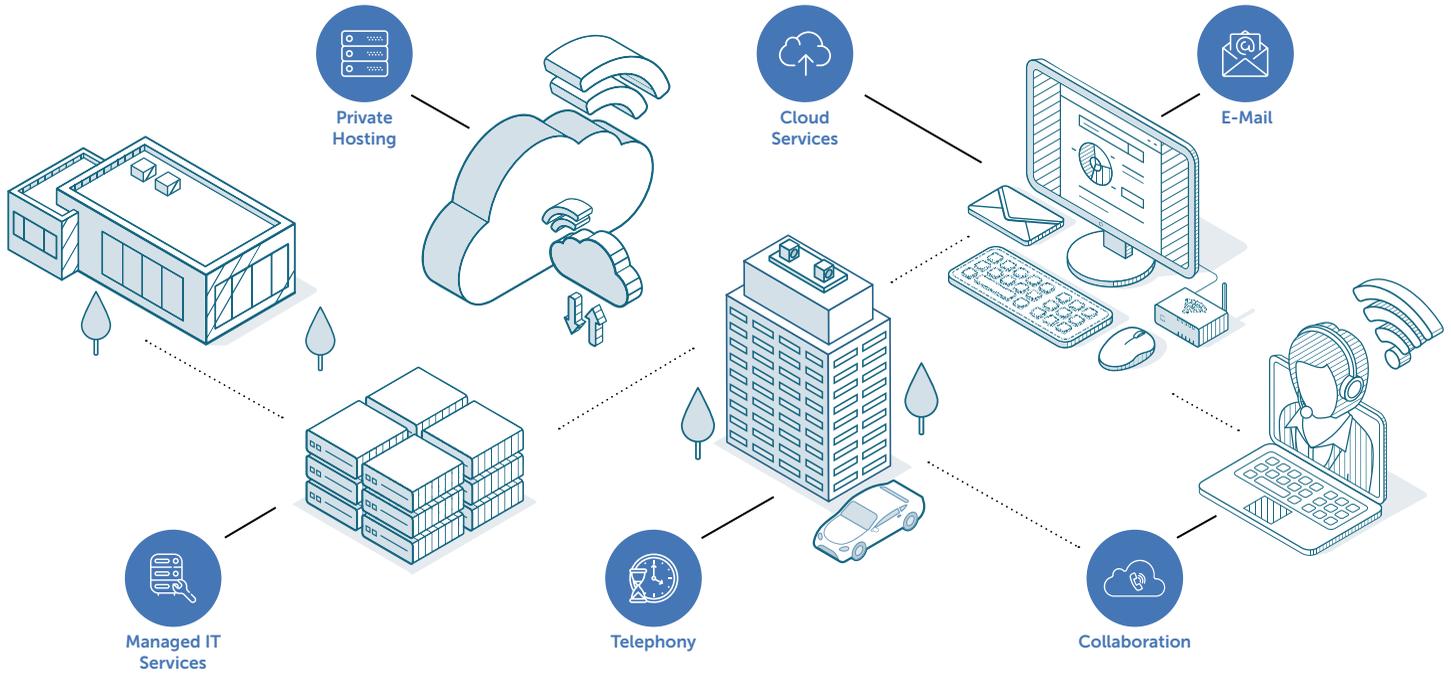
The Interview: Cindy Tereba

The Economy: Brexit, un accord reste incertain



3 5
4 €
9 770241 841366

CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG



WE ACCOMPANY YOU AND YOUR BUSINESS - FROM A-Z

Wagner ICT covers all your needs for information and communication technologies and thus guarantees a complete end-to-end service for Professionals. Wagner ICT serves as your single-point-of-contact, making you benefit from professional IT and communication solutions of any size.

Companies are facing great challenges – While planning certainty and budget are important, it is even more important that business goals can be achieved and the companies workflow does not come to a standstill. It is this where choosing a strong partner who understands your business makes the difference.

Wagner ICT is the ideal partner for future-proof IT solutions, understanding your needs and knowing about the challenges you face in business. Solutions that are perfectly tailored to your business and to increase your productivity while streamlining and simplifying work processes.

We take care of your IT so that you can focus on your core business.



MERKUR

— Selon les dernières estimations publiées par Eurostat pour les premiers mois de 2020, le total des exportations du Luxembourg a connu une chute vertigineuse de 34% par rapport à la même période en 2019, soit le pire score parmi les 27 États membres de l'Union européenne. Dans le même temps, le Grand-Duché a connu une baisse de 29% de ses importations, soit la deuxième plus forte diminution au sein de l'Union, derrière Malte.

C'est dire à quel point les relations commerciales du Luxembourg avec l'étranger ont été impactées par les effets du confinement et de la fermeture des frontières provoqués par la crise sanitaire mondiale. Ceci place le Grand-Duché devant d'énormes défis, car son économie est largement dépendante des relations commerciales internationales. Vu l'exiguïté du marché domestique, 80% des biens et services produits au Luxembourg sont exportés à l'étranger. Le commerce international est donc le cœur battant de l'économie luxembourgeoise, qui a amplement profité ces dernières décennies de la globalisation des marchés pour devenir une des économies les plus performantes au monde.

Pour les entreprises locales, l'internationalisation constitue une formidable opportunité d'expansion, et ce d'autant plus que le Luxembourg ne profite pas seulement d'une position centrale et d'un accès facile au grand marché européen, mais dispose également d'excellentes infrastructures de transport avec des réseaux

routiers, ferroviaires, aériens et logistiques de tout premier ordre. La crise sanitaire et le *lockdown* qu'elle a entraîné ont aussi révélée au grand jour le rôle tout à fait essentiel de ces réseaux pour l'approvisionnement en produits de première nécessité et donc pour le fonctionnement de la société et le bien-être de ses citoyens.

Vu l'importance capitale du commerce extérieur pour les entreprises luxembourgeoises, la Chambre de Commerce s'est toujours pleinement investie dans l'internationalisation et la promotion du commerce extérieur et a développé au fil des années une très large gamme de services et produits destinés à soutenir les entreprises dans leur conquête de nouveaux marchés à l'étranger. La crise sanitaire a eu pour conséquence de rendre impossible le recours à une grande partie de ces produits et services, tels que l'organisation de missions économiques ou de prospection commerciale, la tenue et la participation à des foires internationales ou,

plus banalement, le simple déplacement à l'étranger des collaborateurs de l'équipe des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce.

Pour faire face à cette nouvelle réalité, la Chambre de Commerce a profité du confinement pour revoir, en étroite concertation avec ses nombreux partenaires, sa stratégie en matière d'internationalisation et de promotion du commerce extérieur. L'offre de services existante a été entièrement revue et étendue en s'appuyant davantage sur les outils digitaux, les méthodes de travail agiles et collaboratives, la mise en place d'un outil centralisé de gestion de la relation client (CRM) et d'instruments de marketing ciblés. Nos lecteurs pourront découvrir toute l'étendue de la nouvelle offre de services et une série de conseils pratiques dans le dossier de ce numéro (p.38) ainsi que dans l'interview avec la nouvelle directrice des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce (p.80).

Bien que le contexte du commerce international se soit incontestablement compliqué, la pandémie n'a pas sonné pour autant le glas de l'internationalisation, bien au contraire. Le développement à l'international est plus que jamais un facteur clé de la réussite des entreprises et continuera à leur offrir de vraies opportunités. La Chambre de Commerce intensifiera ses initiatives pour aider les entreprises à identifier et à conquérir de nouveaux marchés.

Bonne lecture.

Go International

Patrick Ernzer

Directeur communication
et marketing

« L'internationalisation constituant une formidable opportunité d'expansion pour les entreprises, la Chambre de Commerce propose une gamme de services entièrement actualisée en matière de développement des échanges économiques et commerciaux avec l'étranger. »

38 **Cover Story: Internationalisation**

A la conquête de nouveaux marchés

38 — 55

La globalisation de l'économie, l'intensification de la concurrence et la taille réduite du marché local obligent un nombre toujours plus grand d'entreprises luxembourgeoises à s'internationaliser pour élargir leurs marchés. Aujourd'hui, la crise sanitaire liée à la Covid-19 pose d'énormes défis économiques. Les temps sont difficiles et il est d'autant plus important de maintenir les relations commerciales à l'étranger, voire d'explorer de nouveaux marchés et d'innover en matière de relations internationales.



Poster:
Luxembourg goes international

06 **CORPORATE NEWS** 06 — 24

Plus de 50.000 entreprises créent, innover, produisent, embauchent, exportent, remportent des contrats, lancent de nouveaux projets... Rendez-vous avec la vie des entreprises du Luxembourg.

26 **INSTITUTIONAL NEWS** 26 — 37

Les chambres professionnelles, fédérations, associations, ministères et autres institutions, négocient, encadrent, forment, contribuent au débat public, organisent des rencontres... Rendez-vous avec leurs activités.

56 **THE ECONOMY** 56 — 70

- Brexit**
Arriver à un accord commercial reste très incertain 56
- Santé**
Un secteur aux multiples atouts 60
- Dialogue social**
La tripartite, une histoire luxembourgeoise 64
- Show and tell** 66
- The Eye of the Economist** 68
- In a Nutshell** 70

72 **LEGAL INSIGHT** 72 — 73

Droit fiscal
Nouvelles règles TVA en matière de commerce électronique

80 **THE INTERVIEW** 80 — 83

Cindy Tereba, Directrice Affaires Internationales, Chambre de Commerce

86 **STARTUP** 86 — 97

- Gamma Technologies**
Réalité augmentée, risques diminués 86
- SnapSwap**
La startup qui bouscule la banque 92

98 **SUCCESS STORY** 98 — 109

- Tontarelli**
Plastique intelligent 98
- Arthur Welter**
Une affaire qui roule 104

110 **MEET OUR MEMBERS** 110 — 115

- Biog - Oikopolis**
La nature comme valeur 110
- Arovo**
De l'oeuf ou de la poule ? 114

116 **MEET OUR PEOPLE** 116



p. 74



p. 78



p. 114

118 IN THE SPOTLIGHT 118 — 121

- Animations estivales dans la capitale 118
- Cap au nord 120

124 COMING UP SOON 124

125 UPCOMING TRAINING SESSIONS 125

130 THE MAKING OF ... 130

Plan K

— ENGLISH CONTENT —

CORPORATE NEWS 18

INSTITUTIONAL NEWS 37

BUSINESS VOICES 74

Can anyone stop the Zoom boom?

MARKET WATCH 78

The German state of *Hessen*

STARTING BLOCKS 84

MEET OUR MEMBERS 112

Cellon Luxembourg
Safer than safe

BLAST FROM THE PAST 122



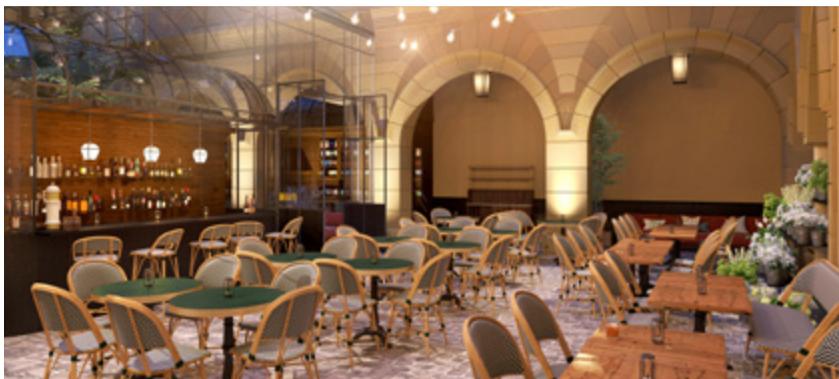
Fiche IDEA

Les grains de sable de la relance



Discover a complete English version of the cover story:
www.cc.lu/merkur

Corporate News



— POST LUXEMBOURG —

Un Hôtel des Postes en ville en 2023

POST Luxembourg a dévoilé, en juillet dernier, le concept du nouveau projet de revalorisation de l'Hôtel des Postes, développé avec le Groupe ARTEA. Le bâtiment emblématique ouvrira en 2023 et il accueillera des espaces dédiés à l'hôtellerie et à la restauration, au commerce, au bien-être et au coworking.

«L'Hôtel des Postes reste la propriété de POST. Notre ambition principale est de veiller à ce que ce bâtiment emblématique soit revalorisé et qu'il retrouve sa superbe d'antan telle qu'imaginée par son créateur, l'architecte Sosthène Weis en 1905» a expliqué Claude Strasser, directeur général de POST Luxembourg lors de la présentation du projet de transformation et de reconversion de l'Hôtel des Postes, situé rue Aldringen à Luxembourg-ville.

Si le projet retenu vise à restituer et à sublimer la valeur culturelle et architecturale de l'Hôtel des Postes, il permettra également de lui redonner son aspect original, en supprimant notamment les structures métalliques qui ferment la cour intérieure, ainsi que l'aile centrale qui la sépare. L'affectation finale de l'Hôtel des Postes se doit d'être à la hauteur de ce patrimoine culturel et architectural. La surface totale de 8.600 m² se composera d'un rez-de-chaussée, avec sa cour intérieure, qui accueillera un restaurant, un bar, des commerces, ainsi que le lobby d'un hôtel *Lifestyle*. Les espaces du premier au quatrième étage seront réservés à 75% à l'hôtellerie et

à 25% au coworking. Le sous-sol sera dédié à des espaces de bien-être indépendants de l'hôtel et accessibles au public.

A l'issue d'un processus d'appel à idées lancé en 2015 et dont aucun concept n'avait été retenu, POST a finalement conclu un partenariat avec le groupe immobilier français ARTEA, qui a présenté un projet cohérent tant en termes d'architecture qu'au niveau des affectations. Le concept architectural de l'Hôtel des Postes, classé monument national et situé dans un secteur protégé UNESCO, a été confié à Romain Schmitz architectes & urbanistes, basé au Luxembourg. Le nouveau concept général du projet est quant à lui, imaginé par Geraldine Dohogne, concepteur et interior designer basée à Londres et notamment reconnue pour le projet de l'hôtel 1898 The Post à Gand en Belgique, un projet qui se rapproche, de par l'origine de l'édifice, de celui de l'Hôtel des Postes de Luxembourg. La fin des travaux, d'une durée d'environ deux ans, est prévue pour 2023. —

— LUXTRAM —

Toiture solaire

Afin de contribuer activement au développement des énergies renouvelables, Luxtram et Enovos ont créé la filiale commune Voltranovos dédiée à la production d'énergie électrique d'origine solaire. La création de Voltranovos s'inscrit dans le cadre du premier appel d'offres au Grand-Duché de Luxembourg portant sur la réalisation et l'exploitation des installations photovoltaïques d'une puissance supérieure à 500 kWc. En septembre 2019, des panneaux photovoltaïques ont été posés sur le toit du centre de remisage du tram sur une surface de 4.500 m², suivis de l'implémentation des équipements électriques. Début 2020, l'installation a été mise en service. Elle produit désormais de l'énergie qui est injectée directement dans le réseau d'électricité de Creos Luxembourg. —



— ALD AUTOMOTIVE —

Lancement du leasing de véhicules d'occasion

ALD Automotive Luxembourg a récemment lancé une formule de leasing compétitive et disponible rapidement: *ALD 2life Lease*, le leasing de véhicules d'occasion. La pandémie de la Covid-19 a amené ALD Automotive à apporter une réponse forte aux attentes de nombreuses entreprises et professionnels qui ont subi économiquement de plein fouet les impacts de cette crise. *ALD 2life Lease* se différencie des autres offres de leasing en ce qu'elle propose des véhicules issus du stock de véhicules arrivés à échéance d'un premier contrat à des conditions très avantageuses et sans délais de livraison. Les offres *2life Lease* sont destinées dans un premier temps aux entreprises et aux professionnels. —



— AIRFLOWCONTROL —

Maintenant D+H BeLux

Depuis ces douze dernières années, le système BlueKit (référence des solutions de ventilation et désenfumage dans les gaines d'ascenseur sur les marchés luxembourgeois et belge) a évolué, de même que l'entreprise qui le commercialise. La startup luxembourgeoise AirFlowControl est devenue BlueKit Factory via une joint-venture germano-luxembourgeoise puis a été intégrée dans le groupe allemand D+H Mechatronic AG. Depuis juillet 2020, la filiale BlueKit Factory établie à Pontpierre a élargi son offre de produits et services avec l'intégration des solutions D+H. Ceci impliquant le changement de son nom en D+H BeLux et une coopération étroite avec des distributeurs locaux historiques, soutenus par l'équipe commerciale luxembourgeoise. —



— POST LUXEMBOURG —

Une série spéciale de timbres Covid-19

La crise sanitaire a apporté son lot de changements, surtout pour les enfants pour lesquels le confinement a souvent tourné à l'ennui. POST Luxembourg a ainsi lancé un concours de dessin destiné aux 8 - 12 ans sous le thème «*Dessine-nous un moment vécu pendant le confinement*». Les contributions des huit lauréats ont été mises à l'honneur et une série spéciale de timbres Covid-19 a été émise sous forme d'une feuille de huit timbres *meng.post*, le timbre personnalisable de POST Philately. Une partie des recettes sera reversée à un projet du Fond National de la Recherche, présélectionné par la Fondation de Luxembourg dans le cadre de la lutte contre la Covid-19. —



— BGL BNP PARIBAS —

Lux Future Lab s'arrête, Pôle Innovation prend le relais

La banque a décidé de soutenir les startups en les accompagnant en tant que partenaire financier, à travers son Pôle Innovation. Lux Future Lab ferme ses portes.



Depuis sa création en 2012, Lux Future Lab a hébergé une soixantaine de startups et a contribué à de très belles réussites telles que Trendiction, LuxAI, Jobtoday, Mangopay, Crosslend et Birdee. Au cours des dernières années, cet écosystème a connu une forte évolution. De nombreuses structures d'hébergement ont été mises en place. BGL BNP Paribas a activement accompagné ces développements, notamment en s'impliquant dès 2016 dans le projet qui a mené en 2017 à la création de la Luxembourg House of Financial Technology (LHOFT), qui héberge de nombreuses FinTech. Ces évolutions ont fait que la plus grande valeur ajoutée que la banque

peut offrir ne consiste aujourd'hui plus en la mise à disposition d'un incubateur, mais en l'accompagnement des startups en tant que partenaire financier à travers son Pôle Innovation, qui agit comme point de contact exclusif pour les startups. BGL BNP Paribas y met à leur disposition des experts qui connaissent parfaitement les besoins particuliers des startups en cours de création ou développement et qui peuvent les orienter vers les produits et services les mieux adaptés. Les équipes du Pôle Innovation utilisent le programme InnovFin mis en place par le Fonds européen d'investissement en partenariat avec la Commission européenne. —



Genista Un siège tout neuf

Le 24 juin 2020, Genista, anciennement Sanichauer et Electro Security, s'est installé dans de nouveaux locaux situés à Fentange. Cette étape concrétise la fusion entre les deux sociétés, annoncée en janvier 2017. Le nouveau siège, appelé CASA Genista, accueille les 300 collaborateurs, jusqu'ici installés à Dudelange et à Munsbach, dans un même bâtiment de 4.000m². Avec ce nouveau siège la société affirme sa volonté de se doter d'un lieu de travail agréable, à la pointe de la technologie et d'assurer le bien-être de l'ensemble des employés. Elle met aussi en valeur tous les métiers de l'entreprise : sanitaire, électricité, domotique, systèmes de sécurité, téléphonie... dans un environnement durable qui utilise la géothermie, une dalle active, des panneaux solaires et une ventilation naturelle.

Facility Impulse Un nouvel acteur du facility management

Les entreprises sont de plus en plus soucieuses de développer des services généraux performants pour leurs collaborateurs et leurs clients. Pour être compétitives et attractives en matière de recrutement, elles doivent avoir une politique dynamique de bien-être et de santé au travail, besoin encore renforcé par la situation de crise. D'autre part, il reste essentiel de rationaliser les charges et de réaliser des économies. Les *facility managers* sont donc de plus en plus sollicités et leurs équipes doivent être formées pour une vraie gestion de cet aspect de la vie des entreprises. C'est dans ce contexte qu'Alain Borguet a lancé, fin juin 2020, la société Facility Impulse qui propose toute une gamme de services en matière de conseil, gestion de projets et formation sur mesure afin d'accompagner les entreprises de toute taille dans leur stratégie de *Facility & Happiness at Work*.

■ Plus d'informations :
www.facilityimpulse.com

— CACTUS / MICROLUX —

Partenariat pour l'entrepreneuriat

L'entreprise Cactus a signé une convention de partenariat avec Microlux, première institution de microfinance au Luxembourg, afin de renforcer son engagement de longue date en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat.



Soucieux de promouvoir et de dynamiser l'esprit d'entreprise au Luxembourg, Cactus a signé une convention de partenariat avec Microlux, première institution de microcrédits au Luxembourg. L'entreprise familiale Cactus, consciente de sa responsabilité sociale, s'engage depuis de nombreuses années à soutenir l'entrepreneuriat au Luxembourg et noue des partenariats avec des entreprises et startups locales. A travers l'accord nouvellement conclu, Cactus souhaite désormais venir en aide aux entrepreneurs qui n'ont pas accès au crédit bancaire traditionnel. En effet, l'exclusion financière est une réalité au Luxembourg pour certains porteurs de projets. C'est donc pour cela que Microlux, créée en 2016 par BGL BNP Paribas, l'association d'Appui au Développement Autonome (ADA), l'Association pour le Droit à l'Initiative Economique (ADIE) et le Fonds Européen d'Investissement (FEI), rejoints par le Groupe d'Assurances Foyer, s'est assigné les missions d'accompagnement et d'octroi de microcrédits aux personnes souhaitant créer ou développer une activité économique au Luxembourg. Ainsi, depuis sa création, Microlux a accordé plus de 100 microcrédits permettant la création de 70 petites entreprises et de plus d'une centaine d'emplois.

Concrètement, Cactus s'engage à fournir soutien et conseil à Microlux ainsi qu'à ses bénéficiaires et à promouvoir ces derniers en leur octroyant de la visibilité digitale, print et physique dans ses différents points de vente à travers le pays. —

— BIL —

Virement instantané

Disponible 24h/24 et 7j/7, le virement instantané permet de réaliser en toute sécurité un transfert de compte à compte en 10 secondes.

La Banque Internationale à Luxembourg (BIL) propose ce nouveau service depuis le 10 juillet 2020.

Un transfert d'argent pour une location de vacances? Un envoi d'argent en urgence à un proche? C'est devenu possible grâce au virement instantané, nouveau service de paiement proposé par la BIL à ses clients. Celui-ci permet en effet d'effectuer un transfert de fonds en euros dans un délai de 10 secondes. Réservé dans un premier temps aux virements effectués depuis et vers un compte tenu par la BIL, il sera possible dès septembre 2020 d'émettre des virements vers un compte tenu par un autre établissement bancaire de l'espace SEPA (*Single Euro Payment Area*) éligible aux paiements instantanés.

Comme pour un virement classique, le client doit se connecter sur son espace bancaire ou sur l'application BILnet de la banque. Lors de la saisie du virement, BILnet détectera automatiquement si le virement est éligible pour être traité en

instantané. Le bénéficiaire qui reçoit les fonds peut les utiliser immédiatement. « Avec la mise en place du virement instantané, nous poursuivons notre volonté d'offrir à nos clients des services pratiques et faciles d'usage pour leurs besoins quotidiens. Cela complète idéalement le travail de nos conseillers, qui les accompagnent dans leurs projets de vie » explique Didier Richter, *Head of Daily Banking and Payments* à la BIL.

La philosophie de la banque, centrée autour du digital et de l'humain, se matérialise dans ce nouveau service. Alors que la mission principale des chargés de clientèle est de conseiller les clients dans la réalisation de leurs projets, la plateforme de banque en ligne BILnet innove et s'enrichit constamment de nouvelles fonctionnalités, offrant aux clients des services pratiques, simples et sécurisés, disponibles 24h/24 et 7j/7. —



Voir ce que les autres ne voient pas. L'assistant de changement de direction dans le nouvel Actros.

Certains parlent, d'autres passent à l'action. Dès que quelque chose se trouve dans la zone de danger à côté du véhicule, et qu'il existe un risque de collision, l'assistant de changement de direction dans le nouvel Actros peut vous alerter. Vous pouvez ainsi détecter des cyclistes, des piétons ou d'autres véhicules dans des situations dans lesquelles la visibilité est réduite, même dans l'angle mort. Toutes les informations sous www.mercedes-benz-trucks.com

Mercedes-Benz

Trucks you can trust



Merbag S.A.

Site Leudelange - 3, rue Nicolas Brosius, L-3372 Leudelange, Tel.: 26 37 26-1 (Vente et Service)

Site Roost - 2, route de Cruchten, L-7759 Roost, Tel.: 26 80 85-1 (Service)

— LUXAIR —

L'art de voyager

La compagnie Luxair a fait appel à l'artiste luxembourgeois Sumo pour donner un nouveau look aux appareils de sa flotte.



Les *plane-spotters* et les voyageurs de l'aéroport de Luxembourg peuvent découvrir depuis la fin du mois de juillet, deux avions de la flotte Luxair à l'allure singulière, revêtus de surprenantes couleurs vives et de messages positifs. Luxair souhaitait offrir une expérience de voyage singulière à ses passagers, mêlant l'art et le voyage. C'est à Sumo, un artiste luxembourgeois, figure nationale de l'art contemporain, qui célèbre sa 25^e année de peinture, que Luxair a décidé de confier la mission de relooker deux de ses avions : un Boeing 737-800, immatriculé LX-LGU et un De Havilland Q400, immatriculé LX-LQA. Christian Pearson, aka Sumo, transporte les passagers Luxair vers de nouveaux horizons, constitués de paysages colorés et personnages imaginaires. Les fuselages des avions

ont été recouverts de costumes bariolés, harmonieux, aux figures et textes joyeux. Les intérieurs de la cabine sont passés aussi sous les griffes de l'artiste. Les repose-têtes arborent des designs frais et entraînants, des cadres exposant des oeuvres de l'artiste sont affichés de part et d'autre des cabines. Ces oeuvres, à la signature artistique sauvage et maîtrisée se révèlent au fur et à mesure de leur contemplation. Grâce à cette collaboration, Luxair crée ainsi la première galerie d'art volante du Luxembourg et offre de la visibilité à un artiste luxembourgeois, en transportant ses oeuvres à travers l'Europe. Ces créations seront visibles à bord de ces deux avions jusqu'en mars 2021. —

— RAMBORN CIDER CO. —

Première marque luxembourgeoise certifiée B Corp

Ramborn Cider Co. est la première cidrerie d'Europe et le premier producteur luxembourgeois de denrées alimentaires et de boissons à obtenir le statut d'entreprise certifiée *B Corporation*.



Les entreprises certifiées *B Corporation* (B Corps) sont des sociétés à but lucratif qui utilisent la force de frappe commerciale pour construire une économie plus inclusive et durable. En obtenant la certification *B Corp*, Ramborn, producteur de cidre et revivaliste luxembourgeois de vergers, rejoint un mouvement mondial qui compte parmi ses rangs des marques comme Ben & Jerry's, Innocent Drinks ou encore Patagonia. Carlo Hein – fondateur et président de Ramborn – a lancé la société en 2016 avec l'idée de produire du cidre et du poiré pour contribuer à faire revivre les prés-vergers traditionnels de la région, dont il constatait la dégradation progressive. Depuis le lancement de ses activités, Ramborn a protégé et fait renaître 954.679 m² d'habitat présentant une riche biodiversité et accueillant plus de 5.000 espèces. La pandémie de

Covid 19 a mis en évidence la nécessité cruciale de protéger la biodiversité, tant l'ONU que l'OMS considérant qu'elle est un élément-clé de la reprise mondiale après la Covid-19, tout comme la prévention et de l'atténuation de futures pandémies. Au cours des 100 dernières années, le nombre d'arbres de ce type a baissé de 90 % dans la région, passant de 1,2 million à 120.000. Les activités de Ramborn ont permis de réduire de 31.000 kg la quantité de CO₂ dans l'atmosphère, soit quelque 17,5 g par bouteille, ce qui en fait un produit à bilan carbone négatif. Pour Carlo Hein le fait d'être une entreprise certifiée *B Corporation* n'est que le début d'une démarche qui permettra à Ramborn de continuer à chercher encore les moyens d'améliorer son impact. —



LA NOUVELLE GÉNÉRATION DE CAMIONS MAN #SIMPLYMYTRUCK

La nouvelle génération de camions MAN ne connaît qu'une seule maxime : vous et votre entreprise. Ainsi, les nouveaux camions MAN séduisent en donnant une attention de première classe aux chauffeurs(-euses) et en proposant une remarquable efficacité et rentabilité, ainsi qu'une disponibilité du véhicule optimisée. Un ensemble complet pour faire avancer votre entreprise de transport et augmenter durablement votre rentabilité. www.truck.man.eu/lu

LOSCH
LUXEMBOURG

Garage Losch Truck, Van & Bus S.à r.l.

59, rue Gabriel Lippmann · L-6947 Niederanven
T. 34 91 85 - 1 · F. 34 91 90 · info.ltvb@losch.lu





ALDI Luxembourg / Caritas

Une bonne action

ALDI Luxembourg a remis à Caritas Luxembourg un chèque d'une valeur de 5.000 euros. Ce don est le résultat d'une action organisée par ALDI Luxembourg en janvier dernier, impliquant les clients d'ALDI. Pour tout magazine spécial «Fêtes de fin d'année» rapporté dans un des magasins, un repas chaud était financé par ALDI dans le cadre de l'opération «un Noël dans les ruines». Les clients d'ALDI se sont montrés très solidaires en étant nombreux à ramener leur magazine, ce qui a permis à Caritas Luxembourg de préparer et de distribuer 10.000 repas chauds cet hiver.

Reed & Simon

Dans ses locaux d'origine

L'enseigne quitte le centre commercial Concorde à Bertrange et retourne dans ses locaux d'origine à Luxembourg-Hamm. REED & SIMON a décidé de rejoindre la maison mère Bureau Moderne et de rassembler sur un même site la globalité de son offre *Home & Office*. L'adresse change mais le concept reste le même: les meubles iconiques pour créer «des ambiances et des émotions» seront toujours présents à travers une grande sélection de marques de meubles au design contemporain et de grande qualité. La stratégie du groupe est de centraliser jusqu'à la fin de l'année les services des deux sociétés REED & SIMON et Bureau Moderne à un seul endroit de style open space sur 1.200 m² ce qui simplifiera à la fois la vie des clients et celle des prospects et fournisseurs et permettra un service encore plus personnalisé et efficace.

Voyages Unsen / Voyages Emile Weber

Reprise partielle de parts

La société Voyages Emile Weber a repris une partie des parts sociales de la société Voyages Unsen en juillet dernier. Les Voyages Unsen, installés à Eschette, emploient 98 collaborateurs, dont 71 chauffeurs, comptent plus de 60 véhicules. L'entreprise dispose d'une agence de voyages, d'un service pour voyages en groupes et édite sa propre brochure pour voyages en autocar. Ce partenariat permettra à Voyages Unsen d'entamer de nouveaux projets et de conforter sa position dans le Nord-Ouest du Grand-Duché et les Voyages Emile Weber pourront eux offrir ses services également dans cette partie du pays. La partie opérationnelle de la société Voyages Unsen reste pour l'heure inchangée.

Enovos / Immotop.lu

Pour une énergie écologique et économe

Immotop.lu, référence des annonces immobilières au Grand-Duché, s'associe à Enovos, fournisseur d'énergie approvisionnant la majorité des particuliers et entreprises au Luxembourg. L'enjeu de ce nouveau partenariat est de faciliter la transition écologique en fournissant aux locataires, propriétaires et futurs acquéreurs un accès simplifié aux énergies vertes à un prix compétitif. Enovos propose également une large gamme de services liés à l'énergie afin d'accompagner ses utilisateurs à chaque étape de leur quotidien tout en démocratisant l'utilisation d'énergies plus éco-responsables. Avec cette collaboration, Immotop.lu souhaite répondre aux besoins de ses internautes avec un acteur luxembourgeois incontournable engagé dans la production et la distribution d'énergies renouvelables locales.



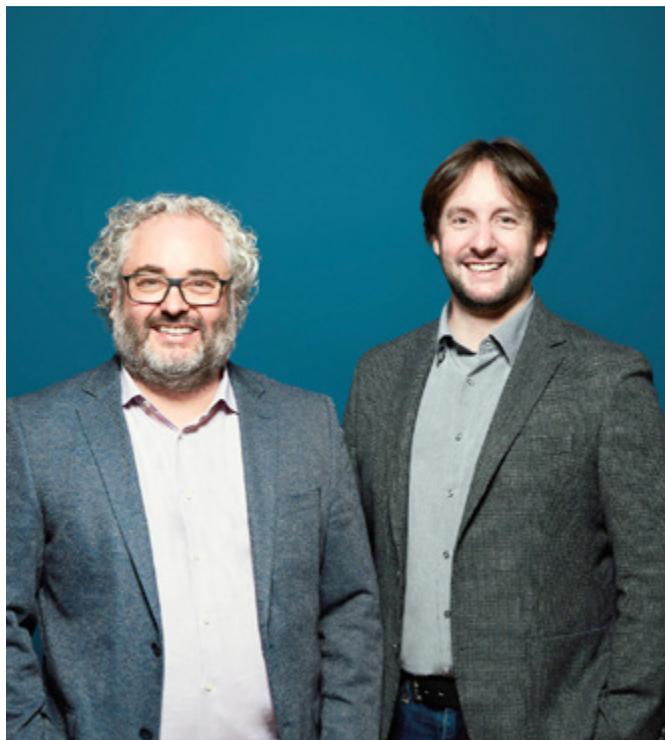
— NVISION —

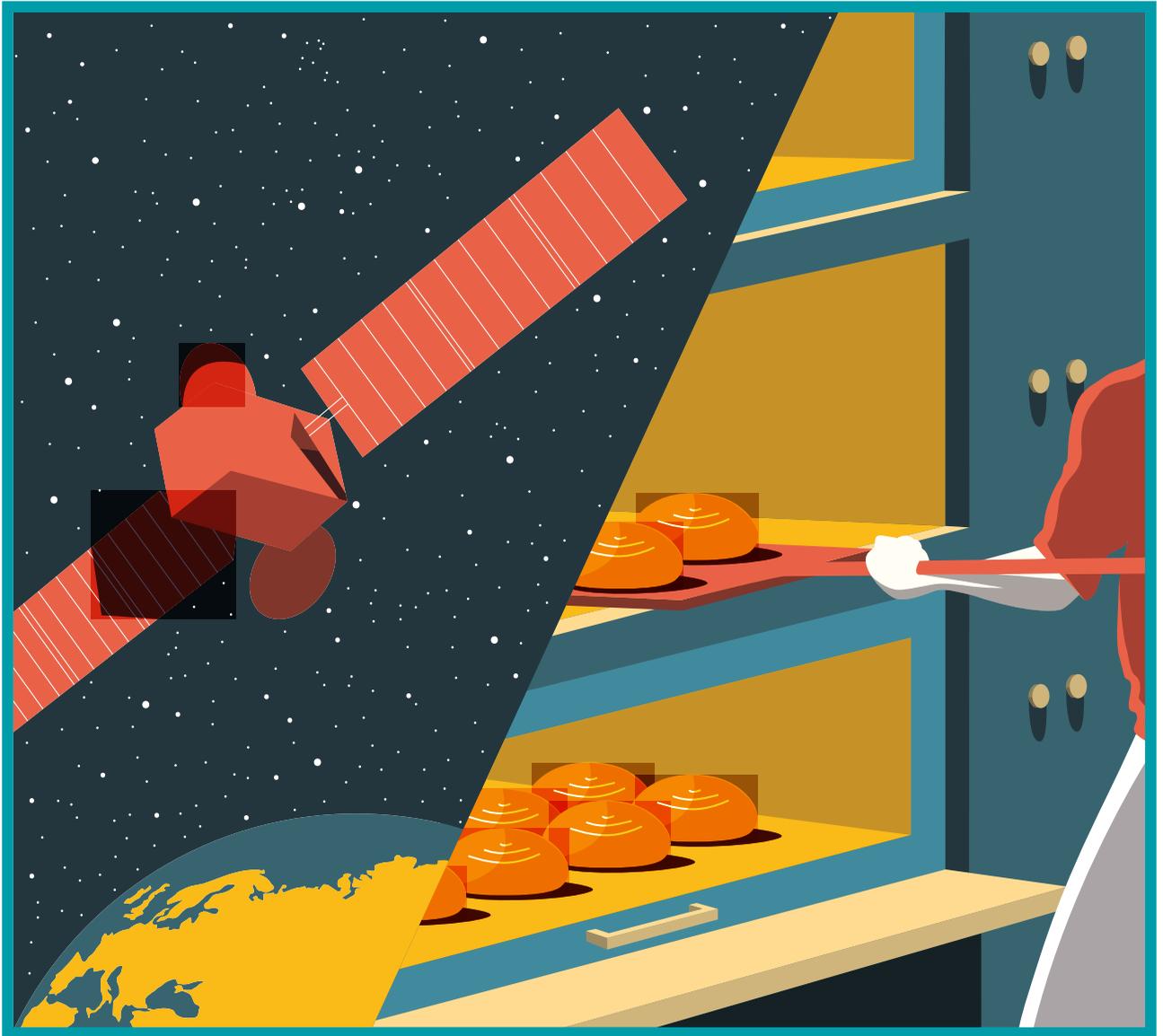
La société intègre

Fit 4 Resilience

Nvision fait désormais partie des consultants *Fit 4 Resilience*, le programme de Luxinnovation qui aide les sociétés à se reconstruire au sortir de la crise.

De société de production à ses débuts, Nvision (photo) a su saisir la balle du *branding* au bond, raflant même plusieurs récompenses au passage. Depuis 2016, sentant les limites des agences digitales traditionnelles, Nvision se positionne encore là où on ne l'attend pas et développe une partie *Digital Business Consulting*. Ses équipes s'étoffent avec des profils plus orientés conseil, avec une forte expertise technologique et une culture digitale importante: l'agence est désormais capable de répondre à des problématiques essentielles au bon fonctionnement d'une marque, d'une entreprise, d'un service... Autre atout: chez Nvision, les projets se gèrent dans plusieurs langues, du français au luxembourgeois, en passant par l'anglais, l'allemand et même le portugais. Avec aujourd'hui son statut de consultant *Fit 4 Resilience*, Nvision peut appliquer aux autres, ce qu'elle a déjà testé et éprouvé: l'accompagnement est pragmatique, réaliste et ambitieux. La confiance est mutuelle et productive. Les équipes savent parfaitement poser les bonnes questions, pour trouver les solutions les plus justes, les plus pertinentes, et ainsi guider n'importe quelle structure vers une optimisation stratégique et opérationnelle réussie et pérenne. —





**Soutenir ceux qui font l'économie,
de près comme de loin.**

— BRASSERIE NATIONALE —

Chauffage plus écolo

Le Groupe Brasserie Nationale a investi dans une nouvelle chaudière à vapeur de la société Viessmann. Jusqu'à présent, la Brasserie utilisait une chaudière qui datait de 1988 et qui produisait 7 tonnes de vapeur par heure (avec une puissance de 4.479 kW). Désormais, d'importantes économies d'énergie pourront être réalisées grâce à cette nouvelle chaudière à la pointe de la technologie qui ne produira plus que 4 tonnes de vapeur par heure (puissance de 2.700 kW) et sera équipée d'une fonction *economizer* afin de récupérer l'énergie du gaz d'échappement chaud. Le gain d'énergie réalisé s'élève à 20%, ce qui correspond à environ 100.000 m³ de gaz par an, soit l'équivalent de la consommation de 100 ménages de 4 personnes! —



— CTG —

Partenariat en platine

CTG Luxembourg PSF est désormais partenaire Platinum du géant de l'informatique Lenovo. Ce niveau de partenariat, le plus élevé possible, permet aux clients de CTG Luxembourg de bénéficier d'une offre sur mesure en matériel informatique professionnel Lenovo, de prix attractifs et d'un service d'assistance et de réparation certifié pour ces produits. CTG, fournisseur de services et de matériel IT, devient ainsi le plus grand partenaire de Lenovo au Luxembourg. Ce partenariat fait suite au rachat par CTG en 2019 de Tech-IT, partenaire historique de Lenovo et qui avait permis à CTG de s'adjoindre une activité de distribution de matériel informatique. CTG compte 650 collaborateurs au Luxembourg. —



— PARUTION —

Luxembourg secret

Les éditions Emons lancent un nouveau titre de leur collection *111 lieux* et le consacrent à Luxembourg-ville. La collection recense les lieux charmants, amusants ou stupéfiants des villes visitées. Restaurants, bars, places, rues, monuments et lieux de loisirs sont explorés pour faire découvrir histoires étonnantes et endroits incroyables. Ainsi, pour Luxembourg, on découvrira un concert d'oiseaux chanteurs, on rencontrera une charmante sirène ou les abeilles du vignoble municipal. On pourra embarquer à bord d'un ascenseur de verre pour dominer la ville-basse ou se perdre dans 17 km de galeries... Ce livre de 240 pages, pratique pour organiser des weekends en famille ou entre amis, existe en français et en allemand. —



— CUPCAKE BABIES —

La même en plus grand

Après le succès de sa baignoire gonflable pour bébés lancée il y a quelques années et qui avait révolutionné l'heure du bain, Cupcake babies lance une version «augmentée» pouvant accueillir des enfants de 1 à 6 ans et servir de mini-piscine dans le jardin ou de baignoire dans la salle de bain. La nouvelle baignoire a une hauteur de 35 cm et un diamètre de 57 cm. Elle est livrée dans un emballage coloré, avec un gonfleur. Ainsi, les mamans qui étaient fan de la version pour bébé peuvent continuer à rafraîchir leurs enfants qui ont grandi, dans une baignoire qui offre confort et sécurité et est transportable partout, comme sa petite sœur. —



— FLIBCO —

Plus de destinations

Flibco.com étend son réseau de navettes aéroportuaires : 12 nouvelles liaisons au départ et à destination d'aéroports européens peuvent désormais être réservées en ligne.



Flibco.com vient d'ajouter de nouveaux services à son offre. Des liaisons avec 12 nouveaux aéroports sont venues rejoindre l'offre existante et de nouvelles liaisons sont prévues d'ici peu. L'objectif de Flibco est ainsi de devenir la principale plateforme européenne de vente en ligne pour les navettes aéroportuaires. Grâce au site flibco.com, les clients peuvent réserver leurs billets vers les principaux aéroports européens, en toute simplicité et rapidité.

À présent, flibco.com se veut être un point de contact unique permettant de comparer et d'acheter la plupart des liaisons aéroportuaires disponibles dans

toute l'Europe. Ce changement représente un réel avantage, non seulement pour le client qui ne devra plus chercher la meilleure offre et comparer différents sites Internet, mais aussi pour les partenaires de Flibco qui bénéficient d'une meilleure visibilité et d'une clientèle élargie grâce à l'expérience de l'entreprise dans le domaine de la vente en ligne. Les 12 nouveaux aéroports desservis sont : Londres Stansted, Londres Heathrow, Bergamo Orio Al Serio, Vienne, Bologne, Paris Beauvais, Paris Charles de Gaulle, Rome Ciampino, Rome Fiumicino, Budapest et Manchester. —

Montigny-lès-Metz

WWW.MONTIGNY-LES-METZ.FR

Suivez-nous ! f t i

Europa Courcelles

Le Château de Courcelles & l'Espace Europa

vous accueillent pour vos réunions,
séminaires, conférences...



- <http://europa-courcelles.montigny-les-metz.fr>
- europa-courcelles@montigny-les-metz.fr
- 73 rue de Pont-à-Mousson, 57950 Montigny-lès-Metz
- 03 87 55 74 74

Espace
Europa
Château de
Courcelles


MONTIGNYLÈSMETZ

— KLEOS —

Développement de la constellation

Kleos Space a annoncé la signature d'un contrat avec Spaceflight, fournisseur de la mission co-partagée du lancement du SpaceX Falcon 9 prévu pour mi-2021.

Il s'agit du deuxième cluster de satellites Kleos dans le cadre de l'expansion de sa constellation, alors que les quatre premiers satellites de la *Mission d'Exploration Kleos* qui se trouvent dans le polygone de tir de Sriharikota en Inde attendent d'être lancés à bord de la PSLV C49 par l'Organisation indienne de recherche spatiale (ISRO). Cette mission, appelée *Mission de Vigilance Polaire*, sera constituée d'un groupe de quatre satellites, lancés sur une orbite solaire synchrone de 500 km. Elle optimisera les données de géolocalisation RF fournies par la *Mission d'Exploration Kleos* pour les entreprises en couvrant des zones au nord et au sud de l'orbite inclinée à 37 degrés, en plus d'augmenter le temps de couverture global dans la région équatoriale. L'objectif de Kleos est de posséder, de lancer et d'exploiter jusqu'à un maximum de 20 groupes de satellites créant ainsi une constellation qui fournit une couverture critique pour la surveillance des événements mondiaux et des lieux d'intérêt clés. —



— TSUME ART / XPERTIZ —

Digitalisation avec Odoo

Tsume Art, la très connue société luxembourgeoise, numéro un mondial de la figurine manga haut de gamme en édition limitée, a signé un accord avec Xpertiz pour poursuivre sa digitalisation.

Ces derniers mois ont été compliqués pour l'économie locale. Tsume dont les productions en séries se font en Chine, a non seulement subi la pandémie qui a paralysée l'Asie ce début d'année, mais également celle qui frappe encore l'Europe aujourd'hui. Cependant, l'entreprise dont le business plan de 2021 est prêt et ambitieux, s'est recentrée sur l'essentiel et a souhaité simplifier et digitaliser au maximum ses processus opérationnels pour se concentrer sur son cœur de métier : ses productions artisanales. Le choix du partenaire et de la technologie avait été pris en janvier de cette année avec Xpertiz comme intégrateur de solution et la suite de modules Odoo comme plateforme globale de digitalisation. Si en janvier le projet avait commencé par le volet « ressources humaines », la suite validée par la signature du nouvel accord avec Xpertiz va couvrir tous les aspects stratégiques de Tsume. L'étude menée par Xpertiz a redéfini tous les besoins métiers de Tsume afin de les confronter aux modules Odoo et ainsi profiler un projet global de digitalisation. Dans un environnement unique, sur la même base de données avec un simple accès web, et au travers d'écrans à l'ergonomie uniformisée, les employés de Tsume vont gérer leurs contacts, les achats, les stocks, la vente, le site web,

le e-Commerce, le e-marketing, le *help desk* et la gestion électronique de leurs documents. Xpertiz, partenaire officiel Odoo va les accompagner tout au long de cette mise en place de la nouvelle plateforme avec de l'aide en gestion de projet, en analyse fonctionnelle, en déploiements techniques, en formations et en développements logiciel. Xpertiz a plusieurs années d'expériences avec sa *Business unit Odoo* et répond au projet de digitalisation des PME luxembourgeoises avec la solution Odoo qu'elle est capable d'adapter aux spécificités uniques de chaque entreprise. Xpertiz est également spécialisée dans le conseil et la consultance pour des projets en développement logiciels *open-source* pour des acteurs majeurs du Luxembourg. —



Legitech

Lancement du nouveau site Internet

Afin d'améliorer l'expérience utilisateur de ses clients et de permettre un accès plus rapide à l'information, Legitech s'est doté d'un nouveau site au design épuré et basé sur une technologie performante. Le nouveau site, en ligne depuis août 2020, est riche en nouveautés : une navigation ergonomique, intuitive et simplifiée ; l'inscription aux formations en quelques clics ;

la possibilité de filtrer les résultats de recherche par domaine du droit ; la visualisation en un coup d'œil des dernières nouveautés et des prochaines formations, mais également la liste complète des revues, des monographies, des codes et de l'ensemble des dernières actualités juridiques commentées par des experts.

■ Plus d'informations :
www.legitech.lu

Satispay

Le cap des 130 commerçants franchisés

Lancée en avril 2020, l'application Satispay compte déjà plus de 130 commerçants ayant adhéré à son système pour proposer aux consommateurs un moyen facile et sans contact de payer leurs achats. La solution de paiement connaît également une popularité croissante auprès des consommateurs luxembourgeois qui sont de plus en plus nombreux à l'utiliser pour régler leurs achats. De plus Satispay a décidé de prolonger jusqu'à fin septembre



l'*Opération Cashback 20 %*, une campagne visant à soutenir les commerçants et les consommateurs locaux.

21&22 Oct. 2020

CK

20
20

Tomorrow's Office

Digital and
paper trends

2 jours pour se projeter
dans **le bureau de demain.***

Innovation, travail collaboratif,
mobilité et sécurité.

Au CK | Experience Room à Leudelange

*L'évènement sera réalisé dans le respect des règles sanitaires mises en place par le gouvernement. Inscriptions obligatoires.

2, rue Léon Laval
L-3372 Leudelange

Tél. +352 26 380 1
Fax +352 26 380 380

info@ck-group.lu
ck-group.lu

CK | Office
technologies

Informations et inscriptions
sur tomorrowsoffice.lu

  Charles Kieffer Group

— FLEN HEALTH —

Support to Lebanon

Flen Health expresses its solidarity to Lebanon by donating EUR 270,000 worth of Flaminal medical ointment to help thousands of injured people after explosions hit the city of Beirut on 4 August 2020.



As several hospitals have been destroyed or are only half operational, numerous healthcare professionals in operational medical facilities face the challenge of taking efficient care of the many injured while also dealing with the effects of COVID-19. 'As a company specialised in wound healing, we want to help and contribute to better patient care where needed. Flaminal can be used by healthcare professionals as well as patients to quickly and efficiently treat severe wounds caused by the explosions', said Simon Eaves, International Business Developer at Flen Health. The donation was approved by the Ministry of Health (MOH) in Beirut and Flen Health shipped the needed goods via air transport from Luxembourg directly to the MOH. Subsequently, the wound healing ointment can be distributed to all government

hospitals. Flen Health's local contact will be able to be in touch with the healthcare professionals in Lebanon to provide on-the-ground support. 'The donation will go to governmental hospitals in all of Lebanon. Due to the catastrophe in Beirut and lots of injuries and burn cases hospitals are in need of medical donations. No one knows how the current situation will evolve but with the help we receive we can clearly move one step forward and improve wound care where needed the most', explained Ola Hajjeh, Pharmacist at Hajjeh Pharmacy in Lebanon. Flen Health believes biotech innovations can help to build a safer life for all. With its product portfolio, Flen Health aims to improve the quality of life of people suffering from inflammatory or infectious skin diseases in a responsible way. —

— SECURITY SCORECARD —

Unprecedented view into Cyber Posture

SecurityScorecard, global leader in security ratings, announced that it will join Tomorrow Street and establish its European headquarters in Luxembourg.



SecurityScorecard will work with Tomorrow Street to accelerate their growth outside of North America, offering their best-in-class security ratings capability to new business customers. 'SecurityScorecard has an impressive platform to monitor and rate cybersecurity risk profiles', said Kenneth Graham, CEO of Tomorrow Street. 'The leadership and innovation focus from SecurityScorecard make them an ideal partner for Tomorrow Street. This technology has the opportunity to empower companies to take corrective measures to protect themselves and their customers worldwide.' With over 1.4 million companies rated, SecurityScorecard is the global industry leader in security ratings, enabling

organisations worldwide to make more informed, less risky business decisions faster. SecurityScorecard was also recently selected among hundreds of candidates as one of the World Economic Forum's 'Technology Pioneers' in 2020 for its contributions to the field of cybersecurity.

'We are proud to partner with Tomorrow Street and we look forward to offering an unbeatable value by combining SecurityScorecard's best-in-class platform with the reach of Vodafone's international sales force', said Bill Hogan, Chief Revenue Officer at SecurityScorecard. 'This unique partnership will accelerate the adoption of security ratings at a scale that's never been seen before.' —

NOUVELLE ALFA ROMEO

STELVIO



LAISSEZ LA MAGIE DE LA NOUVELLE ALFA ROMEO STELVIO OPÉRER SUR VOUS ET VOTRE BUSINESS...

Vous êtes passionné par votre business. Goûtez au plaisir de conduire votre entreprise vers le succès au volant de l'inimitable Alfa Romeo Stelvio, dotée des dernières technologies. Contactez votre Business Center Alfa Romeo pour la tester et pour une offre fleet sur mesure. Plus d'infos sur : alfaromeo.lu

E.R. : Yann Chabert. Annonceur : FCA Belgium S.A., 4th & 5th Floor Building Bayreuth - Da Vinci Laan 3-7 - 1930 Zaventem. RPM : Bruxelles. BCE 0400.354.731. IBAN FCAB: BE 86 4829 0250 6150. Informations environnementales [règlement grand-ducal 17/03/2003] : www.alfaromeo.lu. Photo à titre illustratif et non-contractuelle.

6.1 - 9.6 L/100 KM • 159 - 216 G/KM CO₂ (WLTP)

Contactez votre concessionnaire pour toute information relative à la fiscalité de votre véhicule.

FCA | FLEET & BUSINESS

La meccanica delle emozioni



— CARGOLUX —

Retro-branded aircraft back to Luxembourg

One of Cargolux's 747-400ERF freighters, LX-NCL, was welcomed home to Luxembourg in July, sporting a brand-new retro livery.



The unique design of the aircraft celebrates the airline's 50 years of existence; combining a vintage visual with the iconic lines of the jumbo jet. This duality perfectly depicts Cargolux; rooted in its pioneering history while remaining resolutely geared towards the future.

LX-NCL's retro livery is inspired by the design that Cargolux's first airplanes bore in the 70s. The airline's initial fleet comprised Canadair CL-44 swing-tail freighters; unique models that were quickly complemented by the Douglas DC-8 as the company moved into the jet age. Fifty years after its inception, Cargolux decided to revive the retro design as a tribute to its evolution throughout the past half-century.

Now in its jubilee year, Cargolux had planned to celebrate this remarkable milestone with several events, including the inauguration of its brand-new headquarters in Luxembourg. In light of the current COVID-19 situation, however, the company has taken the decision to cancel these gatherings.

At the same time, Cargolux is extremely proud to have served as an air bridge during these last months, especially with China, Asia and the rest of the world, transporting vital medical supplies not only for the country but also for the rest of Europe and other impacted parts of the globe. —

— PLANET / 3C PAYMENT —

Launch of an integrated digital payments service

Payments company Planet has launched an integrated digital payments service for merchants operating across Europe in the hospitality and food & beverage sectors. The solution delivers all the required payment services, including acquiring and processing, on a single platform.

The solution provides added value services for merchants through a revenue generating payments partnership. The new service offers a single entry point to faster, safer, digital contactless payment methods, giving guests the confidence to spend freely. Hoteliers and restaurants can also offer a better payments experience for Chinese guests as the combined service acquires Alipay and WeChat Pay. By operating an integrated payments service, merchants can make efficiency savings by consolidating multiple supplier arrangements. This helps them respond to tougher global trading conditions and benefit from additional value-added services including data and insight, and currency conversion,

helping them grow their revenue from payment services. The solution leverages the 3C Payment gateway which is fully integrated with enterprise booking and operating systems, and delivers secure services across multiple channels on-site, online or mobile. With over 30 years' experience in retail, Planet are also adding 3C integration services to a digital payments platform for European retailers. Merchants will benefit from a single platform purposely built for retail. This includes full acquiring, payment acceptance of digital wallets, currency conversion, and tax refunds all processed through a single next-generation payment terminal. —



Besoin d'aides financières pour la rénovation énergétique de votre habitation ?



Offre cumulable avec les subventions étatiques « PRIME House »



enoprimes

enoprimes, un programme qui vous soutient financièrement dans vos travaux de rénovation. Bénéficiez par exemple de primes pour :

Isolation de toiture : 1 500 €*

Isolation de façades : 1 300 €*

Pompe à chaleur : 2 500 €*

Chaudière à condensation : 500 €*

... et pour bien d'autres projets encore !

Alors n'attendez plus, rénovez !

Découvrez le montant de votre prime sur simulateur.enoprimes.lu

Energy for today. Caring for tomorrow.



enovos



LSB/FANUC/B Medical Innovative MBA student-entrepreneur collaboration

Luxembourg School of Business (LSB), FANUC and B Medical Systems have announced a new collaboration where by LSB MBA students and faculty will work on a research project to develop new insights into regional and international developments for B Medical and FANUC. LSB MBA students will present their findings and recommendations to both companies after 15 weeks of extensive research and work preparation, leveraging LSB academic and business expertise.

B Medical Systems and FANUC Europe Corporation are two Luxembourg-based manufacturing companies that drive innovation in their respective industry. Their unique production capacities, extensive know-how, and global network will provide invaluable opportunities to the LSB MBA students. This collaboration will allow them to work on live business cases, exchange with local experts, and forge new knowledge in the industry. Both companies are also recognised as leading recruiters, attracting top talent from various backgrounds and horizons to Luxembourg. The LSB faculty is composed of international professors teaching at top business schools worldwide with relevant research and academic expertise on international business topics. These professors will oversee and coach the students for the projects presented by the companies.

— LABGROUP/IMS —

Committing to Corporate Social Responsibility

Labgroup consolidates its commitments and joins the Luxembourg leader in Corporate Social Responsibility (CSR): IMS Luxembourg.

The mission of IMS is to support its member companies to develop or improve their practices from a social, environmental or economic point of view. This is what led Labgroup to join IMS: reducing environmental impact while pursuing a policy that respects society's stakeholders, which in fact has always been a priority for the company. The decisions and activities of a company are not without environmental and social impact. Lab Luxembourg has chosen to take responsibility for this by adopting a proactive policy and ethical behaviour. The CSR (Corporate Social Responsibility) policy, implemented for more than 10 years already, integrates in the culture of the company and in its daily management the principles of sustainable development (social, environmental and economic). Labgroup has indeed implemented various CSR actions such as ISO 14001 certification for an environmental management system that the company obtained in 2019. The preparation of the certification audit was an opportunity to structure and bring coherence to actions implemented by the company to make it more environmentally friendly: recycle, reuse, rethink. By becoming a member of IMS Luxembourg, Labgroup aims to benefit in particular from expertise on CSR good practices, to exchange with the network of CSR actors in Luxembourg and to provide training and social programmes organised by IMS to the staff. —



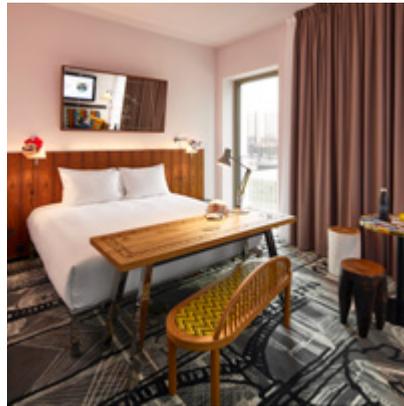
— OBERWEIS —

Cross-border confectionary!

At the end of July, Oberweis opened its first branch in Germany in the historic heart of the city of Trier's pedestrian area, Hauptmarkplatz, with a view onto the square.

Another step forward for the Oberweis family! In addition to the constant development and innovation of the brand's products and ranges, Tom and Jeff Oberweis have, in recent years, been committed to the evolution of their points of sale and consumption, including opening a restaurant and boutique at the Cloche d'Or shopping centre. This progressiveness has also led to opening beyond borders, first at airports, and soon the website will be in French, German and English. In the new Trier boutique, the brand values will be well represented with a perfect level of service and hospitality showcasing emblematic products such as pastries, biscuits, chocolates, macarons and other specialities. A new line of take-away snacks, *cote comptoir*, will also be available. Indeed, this completely new concept comes as a revamped version of a small tearoom, in a cosy space of 65 m², ready to welcome 74 people in a venue combining refinement and modernity. Initially oriented towards local and cross-border customers, due to the events of the last few months, management is now focusing on local tourism. With this new adventure, Oberweis hopes to encourage the residents of this charming historical city, as well as tourists passing through, to discover and appreciate its made in Luxembourg delicacies! —





— MAMA SHELTER —

Mama has come to town!

The Mama Shelter adventure began in 2008 with Mama Paris East. Founded by the Trigano family (cofounder of Club Med) and Philippe Starck, the high standards were never a secret: it would only open in places with captivating stories. All the more reason for Mama Shelter to settle down in the heart of Europe, in Luxembourg!

Mama Shelters are located in little-known locations that are friendly, affordable and unique. Marseille, Lyon, Bordeaux, Los Angeles, Rio de Janeiro, Belgrade, Prague, Toulouse, Lille, London, Paris West and now Luxembourg showcase this singular vision.

Serge, Jérémie and Benjamin Trigano, co-founders of Mama Shelter, a lifestyle hotel group that spans 12 cities and 7 countries, quickly saw in Luxembourg a new home. In fact, Luxembourg, headquarters to a number of European Union institutions and at the crossroads of France, Belgium and Germany, is a true melting pot of different nationalities and cultures.

Mama Luxembourg bridges the gap between the chic of boutique hotels and the friendliness and openness of Mama's playful philosophy. This unique DNA creates the perfect home away from home for travelers and businessmen alike. It is also ideally located on the Kirchberg plateau,

which is 10 minutes by taxi from the train station, 40 minutes by foot and 15 minutes by car from the city center.

As Serge Trigano, president of Mama Shelter, said, *'Luxembourg is largely known as a financial hub. The Mama group wants to contribute actively to the discovery of the country's culture, its landscapes and its castles. Bankers or teams from great financial institutions as well as Luxembourgers will always be most welcome and free to visit the Mama whenever they wish, to shed their suits and enjoy a meal or a cocktail in our restaurant or on our rooftop!'*

The essence of Mama's identity will be preserved in the warm hospitality and quirky design and Mama Luxembourg will be the first hotel with its very own Mama Works, the group's brand of co-working spaces. —

Sesamm/Bloomberg Emotional collaboration

SESAMm has announced that its unique sentiment and emotion data on thousands of financial assets is now accessible to the financial industry through the Bloomberg Enterprise Access Point.

Launched in 2018, Bloomberg Enterprise Access Point is a website that allows Bloomberg Data License clients to discover and acquire reference, regulatory, historical, and alternative datasets.

SESAMm provides exclusive metrics and insights related to emotions (such as anger, fear, surprise, joy, sadness) in multiple languages, for all asset classes. This wide spectrum ensures global coverage and helps show regional trends by sector or industry. Consequently, its datasets are used in several applications, from long-short equity and stock picking to macro investment or volatility forecasting.

Specialised in artificial intelligence for investment professionals and leveraging sentiment and emotion, such as fear or surprise, it is extracted from big data and gathers insights from billions of press articles, blogs, or social media, to generate actionable insights for quantitative and fundamental investment strategies.

The company provides pre-processed datasets, flexible natural language processing tools, and machine learning platforms to generate insights and integrate them into clients' alpha research processes. As a result, it has a track record of working with tier 1 quantitative hedge funds, asset managers, and banks all around the world.



Dentons New hub to help navigate the pandemic

Dentons has been supporting its clients and communities through COVID-19 and was quick to offer global tools to help its clients and communities address the pandemic. Dentons' COVID-19 hub is another resource for organisations and includes global employment, data privacy, insolvency, antitrust and competition trackers, and more than 1,000 insights plus a pro bono hub. The new toolkit leverages on the insights of its former general counsel contingent (from Nextlaw In-House Solutions) as well as the insights of legal operational specialists, and other talent and innovators to help GCs and in-house legal teams reflect on and address a broader range of topics that will help to inform their strategic planning and help them to navigate the unknown in this new dynamic.

Immotop.lu/Devis.lu Partnership to facilitate home improvement

Immotop.lu, the benchmark for real-estate listings in the Grand Duchy for over 10 years, has joined forces with Devis.lu in order to make things easier for its users. Immotop.lu real-estate listing site users can now request quotes for work directly from the platform. From renovation to electricity, plumbing, etc. there are more than 120 tradesmen in Luxembourg ready to carry out work for owners and prospective buyers.

Through this collaboration, Immotop.lu hopes to meet the needs of the population with an operator in Luxembourg, in particular concerning the growing interest of renovation and improving comfort in the home. Further to Lalux, Spuerkeess and now Devis.lu, Immotop.lu continues to expand and unveil new partnerships.

— VILLEROY BOCH/LSB —

Classrooms with history

Villeroy & Boch, as owners of the Château de Septfontaines, along with ICN Development, who are developing the new Faïencerie district with partners BESIX RED and TRALUX Immobilier, have signed an agreement with the Luxembourg School of Business (LSB).

As owners of the Château de Septfontaines and its annexes, Villeroy & Boch will welcome LSB students as of next year on the castle premises renovated with the support of the *Service des sites et monuments nationaux* (SSMN). The castle will provide classrooms, conference rooms, and accommodation for teachers and lecturers invited by the graduate school, for the duration of their stay in Luxembourg. For the LSB, this is an important step towards realising the vision of a Luxembourg business school with a global influence. *'This new campus, steeped in history, will allow us to welcome international professors coming from the world's leading universities to Luxembourg, in a unique setting and an atmosphere that lends itself ideally to learning'*, explained Marin Njavro, director of LSB. The renewable five-year lease will come into effect in 2021, following renovations. In the coming months, the ICN Development - TRALUX Immobilier - BESIX RED consortium, together with Luxembourg City Services, will introduce the new *Plan d'Aménagement Particulier (PAP)* to launch the development phase of Faïencerie. —

— EMMA'S —

A grocery store for the contemporary shopper

A new concept grocery store, emma's, has opened in Steinfort on the initiative of the Pall Center Group as they aim to meet modern dietary needs and shopping habits.



— GRANT THORNTON —

Innovating in response to the crisis

Following the COVID-19 crisis and the challenges incurred for many companies, Grant Thornton's advisory department is launching new on-demand services for greater flexibility, including both traditional on-site interventions, or remote digital interventions with secured tools.

The COVID-19 crisis has highlighted the need for expertise in constantly evolving areas such as security, IT, cybersecurity, business continuity and data protection. There is also increased pressure on companies' cash flow and so some companies have challenges to access such specialists. The latter, although involved in critical work, are also not always required on a full-time basis. Grant Thornton therefore now offers 'on-demand' access to specialists for specific functions in addition to those in the banking and financial domains, such as CIO (Chief Information Officer), CISO (Chief Information Security Officer), CFO (Chief Financial Officer), DPO (Data Protection Officer), Business Continuity Manager, and Cloud Officer. Companies can thus benefit from specialists whenever needed, for example for specific projects, a set number of hours, or a regular and recurring part-time engagement. Companies have also realised that teleworking is an effective way of working and in addition to traditional 'on-site' interventions, the specialists can work remotely using digital – and secured – tools. —

With a surface area of 1,350 m² and the spirit of a contemporary grocery store that favours convenience, emma's provides quality products from local partners, short circuits, and proximity services for clients. Close to the Belgian border and on the cross-border workers' route, emma's also has a café that can seat 60 for morning or afternoon coffee, or for convenient, ready-to-eat meals at lunchtime.

Launched as a pilot store employing some twenty people in Steinfort, emma's is set to grow, with additional stores expected in the coming years.

For now, emma's Steinfort is open from Monday to Thursday and on Saturday from 8.00 to 20.00, on Friday until 21.00 and on Sunday from 8.30 to 13.00. The store also has an exterior parking lot with 14 spaces and an interior parking lot with 72 spaces. —

■ More info: www.emmas.lu

TRAVAILLER ET ÉTUDIER :

UNE SOLUTION GAGNANTE POUR CEUX QUI SOUHAITENT ÉVOLUER DANS LEUR VIE PROFESSIONNELLE



Découvrez les **programmes diplômants** proposés par la **Chambre de Commerce**, à travers son **Institut Supérieur de l'Economie (ISEC)**, en collaboration avec des partenaires académiques de renom :



En partenariat avec l'**Université de Lorraine** :

- Master 2 Management de la Qualité
- Master 2 Management de Projet
- Master MIAGE Spécialité Informatique et Innovation



En partenariat avec

ESLSCA Business School Paris :

- MBA in Finance and Financial Instruments



En partenariat avec **ESCP Business School** :

- Executive Mastère Spécialisé®
Gestion Internationale de Patrimoine



En partenariat avec **FOM** :

- Bachelor of Arts (B.A.)
Business Administration
- Master of Business Administration (MBA)

Les cours se tiennent à Luxembourg.

Les inscriptions sont ouvertes.

Dates et inscriptions sur le site de l'ISEC :

www.isec.lu

Pour tout renseignement,
n'hésitez pas à nous contacter
par email adressé à **info@isec.lu**

Une initiative de :



Institutional News



Marc Hotton
Innovation
Coordination Officer,
Groupe Foyer

« Il est illusoire et contre-productif de croire que l'on peut innover seul »

Pourquoi avez-vous rejoint le LOIC ?

Dans le monde actuel, complexité et incertitudes croissantes nous font composer avec des changements rapides. C'est là que l'innovation peut aider. Pour être efficace, créatif et rapide, il faut absolument ouvrir son processus d'innovation vers l'extérieur. Pour moi, il est illusoire et contre-productif de croire que l'on peut innover seul. On construit sur le partage et la collaboration et les responsables innovation l'ont bien compris. Les réunir dans un club nous enrichit tous, chacun partageant ses retours d'expérience, notamment dans le contexte cross-industrie proposé.

En quoi le LOIC s'intègre-t-il dans l'écosystème innovation du groupe Foyer ?

L'Open Innovation est un des piliers de notre stratégie d'innovation. Le LOIC nous a donc intéressé dès sa création. Bien intégré dans l'écosystème, il donne accès à ses partenaires et relations, en plus d'un contact privilégié entre membres, complétant ainsi parfaitement nos autres partenariats. Pour moi, il donne de la visibilité à notre stratégie d'innovation et stimule les échanges et les prises de contacts spontanées. Si on connaît nos besoins, on peut nous proposer des solutions adaptées. Les activités proposées sont décidées par les membres et pour les membres, on a donc un programme qui colle à nos attentes. Sans oublier l'inspiration. L'agenda annuel propose juste la bonne dose d'éveil sur des sujets plus futuristes.

Dans le contexte de crise, comment le LOIC va-t-il soutenir vos différentes actions ?

Je crois beaucoup en l'intelligence collective comme moteur de l'innovation, encore plus avec la crise. La proximité et l'agilité des membres nous ont permis d'adapter les contenus proposés. J'ai particulièrement apprécié les différents partages de chacun suite au télétravail.

— LOIC —

Quand Innovation rime avec ouverture

Le LOIC se positionne comme un facilitateur de l'écosystème d'innovation au Luxembourg.

Créé en 2016, le Luxembourg Open Innovation Club (LOIC) est devenu l'une des initiatives phares de la House of Startups, faisant le lien entre les entreprises luxembourgeoises établies et l'écosystème startups, tous secteurs confondus. En partenariat avec les principaux acteurs de l'innovation au Luxembourg, le LOIC supporte ses membres dans l'implémentation de projets d'innovation (interne ou externe, managériale ou technologique) et facilite les mises en relation avec les startups répondant à leurs besoins stratégiques.

Pour ce faire, des événements sont organisés autour de thématiques préalablement choisies par les entreprises et leurs responsables innovation. Conférences, ateliers, partages d'expériences et rencontres business rythment chaque mois les activités du Club.

Elles permettent par ailleurs d'impliquer l'ensemble des collaborateurs, les sujets abordés touchant des problématiques transverses à l'entreprise, comme par exemple la méthodologie des organisations exponentielles ou le concept de jumeaux numériques.

En complément des activités mentionnées ci-dessus, différents groupes de travail ont été coordonnés afin de répondre aux besoins immédiats des entreprises face à la crise. Les échanges lancés dès la rentrée dresseront les meilleures solutions et bonnes pratiques liées aux nouveaux modes de travail, à la dématérialisation ou encore à la relation client à distance, pour n'en citer que trois. —

■ Plus d'informations : Emilie Bechet, emilie@loic.lu, loic.lu et host.lu



— VILLE DE LUXEMBOURG —

Soutien aux commerçants

Pour soutenir le commerce de la capitale, profondément touché par la crise liée à la pandémie du coronavirus, le Collège échevinal de la Ville de Luxembourg a lancé deux initiatives permettant aux commerçants de percevoir un soutien financier rapide : l'achat direct de bons d'achat et un subside forfaitaire unique.



Dans le cadre de l'action « bons d'achat », la Ville a acheté 21.720 bons équivalant à 1.086.000 euros d'aide directe.

Parmi les commerces participants, 442 sont du secteur Horeca, 423 du commerce de détail, et 221 d'autres secteurs commerciaux. La participation des commerces des différents quartiers est assez homogène. Le Collège échevinal a offert 5.500 bons d'achat à la Direction des Affaires sociales de la Ville de Luxembourg pour une distribution à certaines personnes rencontrant des difficultés économiques. Les autres bons d'achats (16.411 bons d'une valeur de 50 euros) sont distribués à la faveur de plusieurs jeux-concours organisés par la Ville : une brochure-annuaire des commerces participants est distribuée à l'ensemble des résidents de la capitale. Un coupon-réponse

prépayé y est inclus, permettant de participer à un tirage au sort ; des cartes postales prépayées ouvrant droit également à un tirage au sort, sont diffusées dans la ville à divers moments et en différents endroits ; jusqu'au 1er octobre 2020 la Ville met également sur son site internet des formulaires de participation aux tirages au sort et lance chaque semaine des opérations sur les réseaux sociaux.

La deuxième action de soutien est le subside forfaitaire unique de 4.000 euros. Chaque commerce qui répond aux critères d'éligibilité définis, peut en faire la demande. Le dernier délai pour la soumettre à la Cellule développement économique et commercial, est le mercredi 30 septembre 2020. —

■ Plus d'informations : www.vdl.lu/fr/travailler/simplanter-en-ville

— CRÉATION D'ENTREPRISE —

8 fiches pratiques actualisées

En tant que guichet unique qui accueille et informe les entreprises et porteurs de projets, la House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce réédite, en collaboration avec le ministère de l'Économie et Luxinnovation, une brochure qui comprend huit fiches d'informations sur la création d'entreprise au Luxembourg.



S'adressant aux entrepreneurs et aux investisseurs, nationaux ou étrangers, la brochure *How to set up a business in Luxembourg – Factsheets*, explique de manière claire et synthétique, étape par étape, les principales démarches administratives et organisationnelles pour installer une entreprise au Grand-Duché de Luxembourg. La publication donne ainsi un aperçu des procédures et réglementations les plus importantes et fournit des informations et des contacts utiles aux (futurs) entrepreneurs.

Les huit fiches reprennent chacune une étape clé pour s'établir en tant qu'entrepreneur au Luxembourg, à commencer par l'autorisation d'établissement, puis le choix de la forme juridique, les

questions d'immigration, le financement et les mesures d'aide, la fiscalité, la sécurité sociale, la recherche d'un lieu pour s'installer ainsi qu'un descriptif sommaire du système éducatif. Quelques faits et chiffres viennent par ailleurs illustrer, dans chaque fiche, quelques bonnes raisons de choisir le Luxembourg pour y établir son affaire. —

■ La brochure, régulièrement mise à jour, est publiée en anglais. Elle est téléchargeable sur le site de promotion économique tradeandinvest.lu.

INDR / AFNOR

Association de labels RSE

L'INDR et AFNOR Certification, leader français de l'évaluation en responsabilité sociétale, ont choisi de nouer un partenariat. Leurs modèles sont bâtis en cohérence avec les textes majeurs qui guident la RSE : le Pacte mondial des Nations Unies, les Objectifs du développement durable et la norme internationale ISO 26000 utilisée par celles et ceux qui veulent développer une RSE concrète et mesurable. Les entreprises labellisées ESR par l'INDR peuvent ainsi prétendre au label Engagé RSE d'AFNOR Certification, et inversement. 90% des critères des deux labels étant communs, une simple évaluation complémentaire d'AFNOR Certification permettra de confirmer que les critères sont réunis pour qu'un titulaire du label INDR puisse afficher le label Engagé RSE.

House of Entrepreneurship Plus de 100 entrepreneurs aidés

La House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce a lancé le programme #ReAct en avril 2020 pour venir en aide aux entrepreneurs recherchant une écoute active et des pistes de réflexion pour gérer la situation de crise et relancer leur activité. À ce jour, plus de 100 entrepreneurs ont pu bénéficier de cet accompagnement gratuit et sur mesure pour traverser la période difficile actuelle. Grâce à l'engagement collectif de nombreux partenaires ayant répondu présents à l'appel de la House of Entrepreneurship, le dispositif vise non seulement à redéfinir des priorités grâce à un regard extérieur mais aussi à envisager de nouvelles options pour faire face à la crise et relancer l'activité.

■ Demandes d'informations : support@houseofentrepreneurship.lu

— PARUTION —

Brochure « Vivre et travailler au Luxembourg » actualisée

La Chambre de Commerce vient de publier une version actualisée de sa brochure intitulée « Vivre et travailler au Luxembourg ».

On y retrouve 52 pages d'informations utiles à toute personne envisageant de s'installer au Luxembourg ou à toute entreprise souhaitant recruter des collaborateurs qui ne connaissent pas encore le Luxembourg.

Les premiers chapitres de cette publication abordent la situation géographique du pays, son contexte socio-économique ainsi que les différentes formalités et démarches à accomplir lorsque l'on s'y installe. Ensuite viennent des focus sur des thèmes particulièrement importants quand on délocalise une famille : le logement, la santé, l'éducation, la parentalité, la petite enfance ainsi que tout ce qui touche à l'art de vivre que propose le Luxembourg, de la culture à la gastronomie en passant par le tourisme et le sport. La publication renvoie vers quantité d'adresses utiles pour compléter son information et est dotée d'un index thématique permettant de trouver rapidement les informations recherchées.

La nouvelle brochure "Vivre et travailler au Luxembourg" est disponible en français dès à présent et sera tout prochainement éditée en anglais et en allemand également. Elle est téléchargeable sur le site www.cc.lu ou peut-être commandée en utilisant la fonction "Commander version imprimée". Pour toute commande multiple il convient d'envoyer un mail à pub@cc.lu. —



— PROTECTION DES CONSOMMATEURS —

Possibilité d'un recours collectif

Le Conseil de gouvernement a adopté l'avant-projet de loi qui porte introduction du recours collectif en droit luxembourgeois de la consommation.

Cette nouvelle procédure judiciaire se propose notamment de faciliter l'accès à la justice pour les consommateurs.

Les modèles de consommation ont largement évolué ces dernières années (transactions B to C, nouveaux modes de consommation, progrès techniques...) et le risque de se voir produire des dommages de masse a fortement augmenté. À l'instar de ses homologues allemand, belge et français, le Luxembourg introduit un recours collectif en vue d'assurer une meilleure protection des droits des consommateurs, tout en prévoyant les garanties nécessaires à l'égard des droits de la partie adverse. Ce nouveau dispositif permettra aux consommateurs d'agir ensemble par l'intermédiaire d'une procédure et d'un représentant uniques au lieu de voir se succéder plusieurs recours individuels en justice pour le même manquement de la part d'un même professionnel. L'introduction du recours collectif permettra non seulement d'assurer une administration efficace de la justice, mais également d'apporter une réponse juridique égalitaire et cohérente pour chaque litige (en fonction des consommateurs et des préjudices concernés). Il permettra également d'assurer une meilleure visibilité du contentieux pour le professionnel ainsi qu'une réduction des frais de justice pour les différentes parties. Le gouvernement a aussi prévu la possibilité de résolution amiable du litige en proposant une procédure de règlement extrajudiciaire adaptée. —



Les AFTERWORKS de la Propriété Intellectuelle.

TÉMOIGNAGES D'ENTREPRISES x TABLES RONDES
Un cycle de séminaires sur la propriété intellectuelle et ses enjeux

01/10
2020

Propriété intellectuelle et créations en
communication

📍 Chambre des Métiers, Luxembourg - Kirchberg 🕒 16h30-18h00

Intellectual Property valorisation in
collaborative developments

14/10
2020

📍 Technoport, Esch - Belval 🕒 16h30-18h00

Les séminaires se déroulent cette année sous la forme de webinaires.

Il existe néanmoins un nombre limité de places dans la salle.

Programme et inscription : www.ipil.lu



INSTITUT
DE LA PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE
LUXEMBOURG

En partenariat avec



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie

Office de la propriété intellectuelle

Avec le support de



— ARCHIVES NATIONALES —

Un nouveau bâtiment à Esch-Belval

Le projet de loi relative à la construction et à l'équipement d'un nouveau bâtiment pour les Archives nationales, et à l'aménagement des alentours a été adopté en juillet dernier. Elles s'installeront à Belval dès 2024.



Le nouveau bâtiment, construit à Esch-Belval, réunira l'administration ainsi que l'ensemble des dépôts des Archives nationales de Luxembourg sur un seul site, ce qui n'est actuellement pas le cas. La nouvelle structure permettra aux Archives d'avoir plus de capacités de stockage à des conditions améliorées au niveau de la température, de la sécurité et du compartimentage. Le nouveau bâtiment répondra aux exigences d'un archivage moderne et son implantation à Esch-Belval permettra des synergies avec l'Université du Luxembourg et les différents centres de recherche qui y sont localisés. La surface brute de 25.800 m² répartis sur sept étages sera divisée en deux volumes différents qui reposent sur un socle commun. Le premier

volume sera dédié à l'accueil du public et à l'administration et le deuxième au dépôt des documents d'archives. Le bâtiment à énergie positive disposera d'installations de production d'énergie à partir de sources d'énergies renouvelables (panneaux photovoltaïques, géothermie, puits canadien) et d'équipements techniques à la pointe de la technologie; il a été conçu par le groupement de maîtrise d'œuvre Paul Bretz Architectes, Milestone Consulting Engineers, BLS Energieplan Ingénieurs-Conseils. Le maître d'ouvrage est le Fonds Belval. Le chantier devrait démarrer mi-2021 et s'achever fin 2024 pour un budget de quelque 77 millions d'euros. —



— CRÉATION —

L'association « Kultur:LX » est créée!

Préfiguration de l'établissement public du même nom, l'association sans but lucratif Kultur:LX est constituée de onze membres fondateurs du secteur de la culture et de représentants de l'État.

Depuis cet été, le Luxembourg s'est doté de sa propre structure de diffusion et de rayonnement de la culture luxembourgeoise au Grand-Duché et à l'étranger. L'association Kultur:LX reprendra sous son toit les missions de music:LX, Reading Luxembourg, du Focuna... L'idée est de rendre plus transparente, plus professionnelle et plus structurée l'aide au secteur culturel dans son ensemble. Kultur:LX aura notamment pour tâches de soutenir des tournées et des expositions à l'étranger, de promouvoir des traductions littéraires et de diffuser la création dramaturgique, de renforcer la participation du Luxembourg à de grandes manifestations culturelles à l'étranger. Des programmes d'échanges

et des résidences permettront d'entretenir des relations culturelles et le dialogue avec d'autres cultures. En amont de leur exportation, un accent particulier sera mis sur le développement de la carrière des artistes et des créatifs, en collaboration avec les institutions culturelles du pays. Parmi les nouveautés, la possibilité de soutenir les industries créatives et l'allocation de bourses de longue durée sont prévues. L'association couvre les secteurs : architecture, design, arts appliqués, métiers d'art, musique, spectacle vivant, littérature, arts visuels et audiovisuels, arts multimédias et arts numériques. Des comités prendront collectivement les décisions quant aux aides à allouer à chaque secteur. —

150
YEARS

COMMERZBANK 

At your side worldwide.

Leverage our worldwide presence
to increase your corporate success.

www.commerzbank.com/worldwide

COMMERZBANK

The bank at your side





House of Training Nouvelle direction

Le 15 juillet 2020, le Conseil d'Administration de la House of Training s'est réuni pour compléter le rang de ses membres après le départ de Luc Henzig au début du mois. Marc Wagener, COO et nouveau directeur Formation de la Chambre de Commerce a ainsi été nommé comme nouveau membre du Conseil d'Administration de la House of Training, qui se compose de Fernand Ernster (Co-Président), Karin Scholtes (Co-Présidente), Yves Maas (Vice-Président), Carlo Thelen (Vice-Président), Marc Wagener (Membre).

Un autre changement est intervenu au niveau de la gouvernance de la House of Training : Muriel Morbé a été nommée CEO, en remplacement de Luc Henzig qui exerçait cette fonction depuis 2017. Comme le souligne Fernand Ernster il s'agit d'un changement qui s'inscrit dans la continuité :

«*conseillère en formation au sein du département Formation de la Chambre de Commerce pendant de nombreuses années, Muriel Morbé faisait partie de la direction de la House of Training depuis sa création en 2015. Elle connaît donc parfaitement l'univers de la formation professionnelle continue au Luxembourg, de même que les acteurs, clients, entreprises, associations et fédérations évoluant dans cet univers. Ce choix s'imposait ainsi tout naturellement afin de garantir que la vaste offre de formation développée au cours des dernières années puisse encore évoluer et s'adapter à un environnement économique soumis à des changements de plus en plus rapides.*». Muriel Morbé peut s'appuyer au niveau de la direction de la House of Training, sur Ben Lyon, Director et Head of ATF Services, de même que sur Luc Neuberg, Director et Head of Banking & Finance.

— HOME EXPO 2020 —

Retour de l'événement commercial!

Après des mois d'inactivité, Luxexpo The Box organisera en octobre le salon HOME EXPO 2020 et accueillera notamment la Semaine nationale du Logement co-organisée par le ministère du Logement.

Pour la tenue du salon, une nouvelle normalité va se mettre place : allées élargies, concepts de circulation repensés, formation poussée de toutes les équipes, renforcement du personnel, cadences de désinfection augmentées, nouveaux systèmes de filtration, lissage de la fréquentation etc. : C'est un véritable inventaire d'actions fortes qui a convaincu les plus hautes autorités de l'Etat, les chambres professionnelles et les exposants à reconduire le salon qui avait suscité un engouement sans pareil en 2019. Le confinement des derniers mois a été mis à profit par Luxexpo The Box pour repenser la façon dont sont conçus ses événements. Avec une ambition forte : «*Tout le défi a été d'augmenter le niveau de confort malgré les restrictions. Nous voulons choyer notre public, lui proposer une expérience de luxe*» détaille Morgan Gromy, CEO. —



— LUXEMBOURG FOR TOURISM —

100 things to do!

Édité par Luxembourg for Tourism, le nouveau petit guide de voyage *100 Things to do in Luxembourg* offre un large aperçu des activités proposées au Grand-Duché.

Sur 164 pages, le guide dévoile les sites et attractions pouvant être visités avec la Luxembourg Card et un panorama complet de la grande diversité de l'offre touristique luxembourgeoise. Il est disponible en quatre langues (français, allemand, anglais et néerlandais) et peut se trouver gratuitement dans la majorité des centres d'intérêt touristiques, les bureaux d'accueil, et certains hôtels et campings du pays. Idéal pour tous ceux qui sont à la recherche de bons plans et de renseignements sur les activités proposées sur le territoire du Luxembourg. —



— IBBL / LNS —

Création de Mirabank

Mirabank Luxembourg est un projet conjoint pour le compte de l'European Centre for Disease Prevention and Control.

Le Laboratoire national de santé (LNS) et l'Integrated Biobank of Luxembourg (IBBL) lancent Mirabank. Ce projet conjoint, qui repose sur la création d'une banque de souches bactériennes multirésistantes au Luxembourg, a été retenu suite à un appel d'offres européen lancé en mai 2019 pour le compte de l'European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC). Sous la coordination et la responsabilité de l'IBBL, la biobanque se chargera de la collecte de souches bactériennes ainsi que de leur stockage temporaire avant leur analyse. Le LNS, quant à lui, prendra en charge la confirmation d'identification des souches et l'antibiogramme par méthode de référence suivant les directives européennes. Les souches étudiées présentent notamment la particularité d'être résistantes aux carbapénèmes et/ou à la colistine, antibiotiques de derniers recours en clinique humaine. —





RENAULT
Passion for life

Nouvelle Renault ZOE

395 km d'autonomie | 100% électrique

À partir de

219€/mois TVAc*

avec dernière mensualité majorée de 8.168 €



8.000 € de prime gouvernementale**

Portes ouvertes les 18 et 19 septembre

0 L/100 KM. 0 G/KM CO₂ (WLTP)

Contactez votre concessionnaire pour toute information relative à la fiscalité de votre véhicule.

* Financement EASYfin Planning ECO: Exemple représentatif - **Prêt à tempérament*** avec dernière mensualité majorée. Prix au comptant avec extension de garantie My Warranty (5 ans / 100.000km): 34.984 € TVAc. Acompte (facultatif): 8.967 €. Montant du prêt: 26.017 €. **TAEG (Taux Annuel Effectif Global)** de **1,99%** et taux débiteur fixe 1,97%. Durée de 60 mois. Remboursable en **59 mensualités de 289,12 €** dont 10 € pour l'option extension de garantie. **Dernière mensualité majorée: 10.784,32 €**. Valable du 01/09/2020 au 30/09/2020. Montant total dû (hors acompte): 27.842,44 €.

Exemple illustratif pour une Renault ZOE LIFE R110 B-BUY avec contrat d'entretien EASYcare inclus (5 ans / 50.000km): 32.517 € TVAc, acompte 6.311,09 €, prime de recyclage conditionnelle de 2.000 € et remise supplémentaire de 4.500 €. Montant du prêt (acompte et remise déduites): 19.705,91 €, pour une durée de 60 mois. 59 mensualités de 219 € dont 16,62 € pour l'option contrat d'entretien EASYcare, dernière mensualité majorée de 8.167,5 €, montant total dû (hors acompte): 21.088,5 €. * Cette offre de prêt à tempérament EASYdeal se compose d'un crédit EASYfin Planning ECO. TAEG (Taux Annuel Effectif Global) de 1.99% et taux débiteur fixe de 1.97% pour une durée maximale de 60 mois, sans acompte obligatoire et d'un contrat d'extension de garantie et est réservée aux particuliers sur la gamme Renault Electric (Z.E) et Hybride (E-TECH). Ces 2 contrats peuvent être souscrits séparément à des conditions identiques. Option My Warranty incluse (5 ans / 100.000 km). La première de ces 2 échéances atteinte mettra fin au contrat d'extension de garantie. Sous réserve d'acceptation de la demande de crédit par AlphaCredit S.A. (Prêteur), Boulevard Saint-Lazare 4-10/3, 1210 RPM Bruxelles, TVA BE 0445.781.316 - IBAN BE80 2100 0003 1677. ** Plus d'infos pour la procédure de remboursement de la prime sur clever-fueren.lu. Modèles illustrés: Nouvelles Renault ZOE INTENS R135 B-Buy. Prix catalogue conseillé de chaque véhicule options incluses: 34.695 € TVAc. Annonceur: Renault Belgique-Luxembourg S.A. (Importateur), Chaussée de Mons 281, 1070 RPM Bruxelles, TVA BE 0403 463 679 - IBAN BE76 0017 8828 2195. Votre revendeur Renault agit en qualité d'agent à titre accessoire.

◆ DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

renault.lu

— LSA / LIST —

Nouveau centre d'innovation

La Luxembourg Space Agency (LSA) et le LIST se sont associés pour créer un Centre d'innovation européen pour les ressources spatiales au Luxembourg.

Le 4 août 2020, un accord de coopération a été signé entre le ministère de l'Économie, en tant qu'organisme de tutelle de la Luxembourg Space Agency (LSA), et le Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) en vue de la création d'ici fin 2020 d'un *European Space Resources Innovation Centre* (ESRIC). L'accord ouvre la voie à la coopération entre la LSA et le LIST pour implémenter le volet national de cette initiative en attendant que l'Agence spatiale européenne (ESA) rejoigne le projet à son tour. À terme, l'ESRIC a comme objectif de devenir un centre d'innovation indépendant à vocation internationale permettant d'intégrer d'autres acteurs européens, publics ou privés, pour constituer un pôle d'excellence des ressources spatiales en Europe. La création de l'ESRIC s'inscrit dans l'initiative gouvernementale *SpaceResources.lu* lancée en 2016 pour mettre en place un écosystème favorable au développement d'activités liées à l'exploration et à l'utilisation des ressources spatiales. —



— TOURISME ET COMMERCE —

Aides financières non remboursables

Le 22 juin 2020, la Chambre des députés a adopté le projet de loi visant à mettre en place un fonds de relance et de solidarité ainsi qu'un régime d'aides en faveur des entreprises du commerce de détail.

Toute entreprise des secteurs du tourisme, de l'événementiel, de la culture et du divertissement, qui subit une perte de chiffre d'affaires durant les mois de juin à novembre 2020 d'au moins 25% par rapport à la même période de l'année 2019 peut bénéficier d'une aide mensuelle non remboursable dont le montant est calculé sur base du nombre de salariés et de travailleurs indépendants de l'entreprise: 1.250 euros par salarié et indépendant et 250 euros par salarié qui se trouve au chômage partiel complet durant le mois pour lequel l'aide est sollicitée. Le montant total de l'aide par mois par entreprise unique ne peut dépasser 10.000 euros pour une microentreprise, 50.000 euros pour une petite entreprise et 100.000 euros pour une entreprise moyenne ou grande. Le montant de l'aide est en outre plafonné à 85% de la perte de chiffre d'affaires mensuel. Une demande distincte doit être introduite pour chacun des mois concernés, de juin à novembre 2020.

Par ailleurs, le régime d'aides en faveur des entreprises du commerce de détail s'adresse aux seules entreprises qui ont été obligées d'arrêter leurs activités en raison de l'interdiction de l'accueil du public imposée par le règlement grand-ducal du 18 mars 2020 ou qui ont subi une

perte de chiffre d'affaires d'au moins 50% entre le 15 mars et le 15 mai 2020, qui n'ont pas perçu de subventions de chômage partiel pour le mois pour lequel l'aide en question est demandée et qui n'ont pas procédé à des licenciements pour motifs économiques. Dans ce cas, le montant de l'aide non remboursable s'élève à 1.000 euros par salarié pour le mois de juillet, 750 euros par salarié pour le mois d'août et 500 euros par salarié pour le mois de septembre. Cette aide ne peut dépasser 50.000 euros. Une demande distincte doit être introduite pour les mois de juillet, août et septembre 2020. —

■ Plus d'informations et formulaires de demande: guichet.lu



Université du Luxembourg / Data Things Partenaires de recherche en vision numérique

L'*Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust* (SnT) de l'Université du Luxembourg a signé un partenariat avec la spin-off DataThings pour mener des recherches sur les systèmes logiciels intelligents, aptes à relever certains défis de l'industrie. Le premier projet de ce partenariat vise à explorer comment la technologie de vision numérique peut être adaptée pour renforcer le contrôle de qualité dans les applications industrielles.

Il s'agit d'un développement naturel de l'activité de DataThings qui utilise l'intelligence artificielle et le *machine learning* dans le traitement des données numériques afin de fournir des informations opérationnelles à ses clients.

Il existe de nombreuses applications potentielles pour la technologie de traitement et de reconnaissance d'images, qui peuvent être utilisées pour améliorer les systèmes industriels. Pour son premier cas d'utilisation, le projet de recherche se penchera sur la manière dont les données visuelles peuvent être utilisées pour identifier automatiquement les défauts des produits fabriqués dans une chaîne de production.

natur&emwelt / So Graphiste Une belle histoire

Pendant le confinement, l'agence de design graphique So Graphiste s'est lancée dans l'édition participative avec le projet «L'histoire s'enchaîne». L'idée était de rassembler des gens autour d'une activité ludique et créative: l'écriture d'une histoire pour enfants. Après avoir imaginé une première scène posée sur les réseaux sociaux, l'agence invitait les internautes à écrire une suite, qui, après tirage au sort, était publiée pour susciter l'écriture d'un nouveau morceau de l'histoire. C'est ainsi qu'est né le livre *Léon, le petit caméléon*, joli plaidoyer pour la nature. Dans un esprit



de solidarité, SO Graphiste a décidé de reverser l'intégralité du produit des ventes des livres, qui existent en français et en luxembourgeois, à natur&emwelt qui œuvre pour la sauvegarde de la nature et de la biodiversité au Luxembourg.

■ Plus d'informations: www.so-graphiste.lu, rubrique «L'histoire s'enchaîne».

— CHAMBRE DE COMMERCE —

Acquisition de Key Job

La Chambre de Commerce a acquis le capital social de Key Job, société luxembourgeoise spécialisée en formations informatiques.

L'objectif est de proposer un soutien et un accompagnement renforcés à l'ensemble des entreprises luxembourgeoises pour les aider à réussir leur transition numérique par l'acquisition des compétences nécessaires à la transformation digitale de leurs activités et processus. L'offre de formation proposée par la House of Training, l'organisme de formation continue multisectoriel lancé en 2015 par la Chambre de Commerce et l'Association des banques et banquiers, Luxembourg (ABBL), est ainsi utilement parachevée. Créée en 1987, la société Key Job est présente au Luxembourg depuis plus de 30 ans et est notamment connue pour ses formations en informatique et plus récemment dans le domaine du développement personnel. Key Job – qui continuera à opérer sur le marché sous l'enseigne actuelle – propose une gamme de produits allant du cours de bureautique traditionnel, aux systèmes multimédias en passant par des cours techniques de haut niveau. Key Job compte aujourd'hui plus de 10.000 apprenants par an et réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 3 millions d'euros. Elle emploie une trentaine de personnes. La House of Training, quant à elle, offre une vaste palette de cours de formation continue dans une très grande variété de secteurs et de domaines. —

— FONDATION KRIIBSKRANK KANNER —

Courir pour soutenir la recherche

Pour la troisième édition de la course LËTZ GO GOLD, la Fondation Kriibskrank Kanner innove en proposant aux participants une formule adaptée à la crise sanitaire actuelle.

La Fondation Kriibskrank Kanner, en association avec deux autres organisations, KickCancer en Belgique et Imagine for Margo en France, a mis sur pied un appel à projets européen, Fight Kids Cancer, ayant comme objectif commun de dynamiser la recherche sur les cancers des enfants en Europe pour accélérer le développement de traitements plus efficaces. Les 3 organisations ont mis leurs forces en commun pour lancer cet appel à projets annuel qui s'adresse à l'ensemble des chercheurs européens travaillant sur les cancers pédiatriques. Cette initiative a pris la forme d'une plateforme sur laquelle les chercheurs ont pu inscrire un projet de recherche. La contribution financière du Luxembourg, à travers la Fondation Kriibskrank Kanner, se fait grâce à la course solidaire LËTZ GO GOLD qui, en deux ans, a déjà permis de collecter plus de 555.000 euros. Pour cette édition du 26 septembre 2020, la Fondation innove en proposant aux participants une formule adaptée à la crise sanitaire actuelle : une course connectée qui permettra à chacun de participer, où qu'il soit. Tous les dons récoltés sont à 100% reversés aux scientifiques sélectionnés grâce à la prise en charge des frais d'organisation de la course par les sponsors. —

■ Le 26 septembre 2020. Inscriptions sur : www.letzgold.lu



Luxembourg for Tourism Un Red Dot Award pour Luci

Luci - Inspiring Travel Stories from Luxembourg, le magazine de voyage édité par Luxembourg for Tourism, a été primé dans la catégorie *Publishing & Print Media*. 24 experts du design ont évalué 6.992 travaux soumis pour le Red Dot Award et ont sélectionné les marques et les projets de communication les mieux conçus. Le magazine de voyage *Luci* ambitionne de rapprocher les lecteurs de la destination Luxembourg.

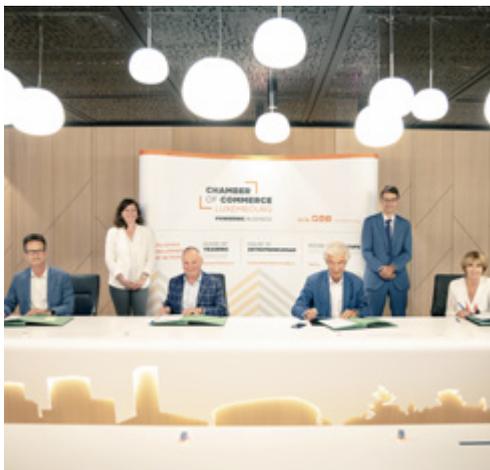
■ Le dernier magazine *Luci - Inspiring Travel Stories from Luxembourg*, tiré à 177.000 exemplaires, en luxembourgeois, allemand, français et anglais, peut être commandé gratuitement sur : www.luci.travel.

INFPC

Répertoire digital

Le Répertoire des organismes de formation 2020, édité par l'Institut national pour le développement de la formation professionnelle continue (INFPC), est désormais disponible dans une nouvelle version 100% numérique. Il recense plus de 470 organismes de formation publics, privés et associatifs. Cette solution permet une mise à jour dynamique des informations, selon l'évolution de l'offre de formation, et propose un accès facilité aux formations référencées par les organismes de formation membres de lifelong-learning.lu. Le guide s'adresse aux entreprises, aux institutions, aux prescripteurs de formation, aux organismes chargés de l'information ou de l'orientation des personnes à la recherche d'une formation.

■ Plus d'informations : www.lifelong-learning.lu/repertoire

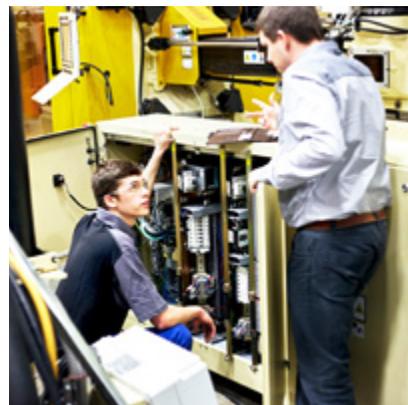
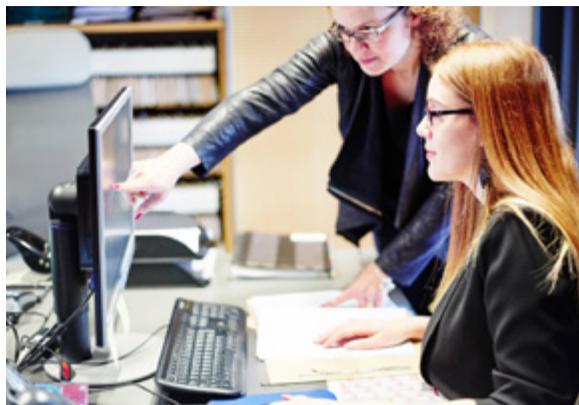




Fonds Kirchberg Appel à projets pour fêter les 60 ans

Pour préparer les festivités de ses 60 ans qui auront lieu en 2021, le Fonds Kirchberg lance l'initiative KB60. Il s'agit d'un appel à tous ceux qui souhaitent organiser des événements ou des animations et actions locales. Pour son 60e anniversaire, le Fonds Kirchberg accordera une enveloppe de 2 000 euros par idée retenue, à organiser en 2021. Particuliers, groupes d'amis, entreprises, associations ou clubs peuvent laisser libre cours à leur imagination et choisir un endroit au Kirchberg pour réaliser leur projet ! Le Fonds Kirchberg examinera la faisabilité des propositions et guidera les organisateurs dans leur choix.

Le concept est de s'approprier le Plateau de Kirchberg et de faire vivre le quartier par les gens, avec 60 manifestations. C'est pourquoi l'appel à projets s'adresse à tout un chacun, aussi bien à ceux qui vivent ou travaillent au Kirchberg qu'aux autres. La seule condition d'éligibilité est que l'évènement soit accessible à tous. Après une phase de présélection qui examinera notamment les contraintes d'exécution, les projets seront soumis à un vote public pour élire les coups de cœur. Les personnes ou entreprises qui veulent participer doivent soumettre leur projet avant le 2 octobre 2020 en remplissant le formulaire disponible sur le site kb60.lu



— APPRENTISSAGE —

Une prime pour les entreprises formatrices

Dans le cadre des mesures destinées à pallier l'impact de la crise sanitaire sur le tissu économique et en particulier sur les jeunes en formation, le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse a décidé de déployer des mesures d'aides financières visant à garantir l'insertion des jeunes en formation professionnelle et à les soutenir dans leur transition vers la vie active.

En ces temps d'incertitudes, il existe un risque de voir les postes d'apprentissage réduits, même si de nombreuses entreprises ont fait part de leur volonté de continuer à former des apprentis en dépit de la crise. Le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse souhaite soutenir par l'introduction d'une nouvelle prime unique, les organismes de formation dans leurs efforts pour maintenir, voire augmenter, le nombre de postes d'apprentis afin d'assurer leur formation et de satisfaire aux besoins futurs d'une main d'œuvre qualifiée. Il s'agit d'une aide directe, qui concerne aussi bien l'apprentissage adulte que l'apprentissage initial et qui prend la forme d'une subvention dont le montant forfaitaire (de 1.500 à 5.000 euros) est déterminé sur la base de quatre critères : nombre de contrats d'apprentissage en cours au 15 juillet 2020 et toujours en vigueur au moment de la demande ; nombre de nouveaux contrats

d'apprentissage conclus à partir du 16 juillet 2020 ; nombre de contrats d'apprentissage repris, suite à une résiliation du contrat d'apprentissage après le 24 juin 2020 et nombre annuel moyen d'apprentis accueillis.

L'éligibilité des entreprises pour obtenir cette aide est, elle aussi, soumise à quatre critères : disposer du droit de former au jour de la demande de la prime unique ; fournir une preuve de la conclusion du contrat d'apprentissage et de l'accomplissement de la période d'essai ; présenter une attestation d'affiliation de l'apprenti au Centre commun de la sécurité sociale et, dans le cas d'une reprise d'un contrat d'apprentissage antérieur, l'apprenti ne doit pas avoir fait l'objet de plus de deux reprises depuis le 24 juin 2020.

Les entreprises ont jusqu'au 15 juillet 2021 pour introduire leur demande par écrit. —

— LUXINNOVATION/FIT4DIGITAL —

Digital aid extended

The Fit 4 Digital Packages support programme for digitalisation is now available to hotels, restaurants and cafés, the skilled crafts sector, architects and consulting engineers.

Derived from Luxinnovation's Fit 4 Digital performance programme, the Fit 4 Digital Packages aim to help small businesses (with less than 50 employees) with their digital transition by implementing tailor-made solutions.

The offer includes a pre-analysis leading to the choice of a specific package focusing on digital marketing, customer management or organisation management (cash register software integrating stock monitoring, quotes, invoicing, etc.). The second step is then the implementation of a digital tool with the help of an approved service provider. The package is worth EUR 6,650 and is partially covered by a EUR 5,000 digital voucher issued by the Ministry of the Economy.

Initially aimed at small retailers, the Fit 4 Digital Packages are now available to the Horeca (hotels, restaurants and coffee shops); architecture, namely architects and consulting engineers; and skilled crafts sectors. —



— CIVIL MAPS/UNI/LUXINNOVATION —

Autonomous driving mapping arrives in Luxembourg

Silicon Valley startup Civil Maps and the University of Luxembourg's Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust (SnT) have announced a research partnership focused on autonomous driving technology.

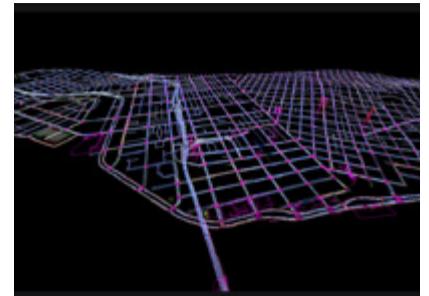
With this new collaboration, Civil Maps, specialised in providing high definition maps for autonomous vehicles, has established operations in Luxembourg. The partnership is supported by Luxinnovation and expands the country's research focus on self-driving vehicles.

The research project will expand the capabilities of Civil Maps' high definition (HD) maps service. HD maps are crucial for an autonomous vehicle to function since they provide information that road signs and markings traditionally give to drivers as they navigate to their destination. Civil Maps' HD maps are extremely precise, including information about surrounding objects, for safe and reliable navigation. HD maps are exponentially more detailed than standard definition (SD) maps, which is what traditional navigation services such as car GPS systems and mobile apps use.

HD maps are designed to provide highly specific and accurate information about all the details of a route, including route deviations and obstacles. The research collaboration will use SnT's expertise in machine learning and visual recognition to further develop and automate the map creation processes, one of the key components to accelerate the proliferation of self-driving cars and delivery robots worldwide.

This partnership is the latest in a series of projects that SnT and Luxembourg have initiated to support autonomous vehicle innovation. SnT's 360Lab is the research centre's dedicated team for exploring smart mobility solutions, and Luxembourg, along with Germany and France, are also cooperating on the Cross-Border Digital Test Bed, a platform for regional innovation in connected and autonomous mobility.

'We see Luxembourg as the European hub for innovation in the smart mobility sector. The work that SnT is doing reinforces that position', said Stefan Safko, CEO of Civil Maps. 'By teaming up with highly reputed universities such as the University of Luxembourg, we see incredible potential in what we can build together'. —



Diversity Charter Lëtzebuerg Practical guide for crisis highlights diversity and inclusivity

The Diversity Charter Lëtzebuerg, with the help of its signatories and Ms Inès Dauvergne-Haddout, an expert in diversity and inclusion, has published its practical guide to managing diversity in times of crisis.

Born from the initiative of the Committee for the Diversity Charter Lëtzebuerg, this document aims to accompany organisations in facing the new challenges brought about by the

current COVID-19 crisis.

It is presented in two parts: the first, consisting of seven practical sheets, deals with immediate crisis management and answers questions about the business continuity plan, managing remote teams, stress and fragility, and maintaining activities that promote diversity and inclusion within the organisation. The second section offers ideas to facilitate a return to 'normal', dealing with the physical return to the workplace but also with the creation of more inclusive workplaces.

■ More info:
www.chartediversity.lu/en

FNR/UNI/SES Partnership to advance data networks research

The Luxembourg National Research Fund (FNR) is supporting an extensive new six-year research project to advance data networks, led by the University of Luxembourg's Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust (SnT) in collaboration with SES.

Titled INSTRUCt (INtegrated Satellite-Terrestrial Systems for Ubiquitous Beyond 5G Communications), the research initiative is funded by the FNR's Industrial Partnership Block Grant (IPBG) programme, the FNR's most extensive funding



mechanism for collaborative industrial research in Luxembourg. The IPBG scheme is aimed at supporting innovation through collaborations between industry and academics, and building an ecosystem of skilled expertise.

Cover Story

Internationalisation



À la conquête de nouveaux marchés

TEXTE Affaires Internationales, Marie-Hélène Trouillez

La globalisation de l'économie, l'accentuation de la concurrence et la taille réduite du marché local, en termes de taille géographique et ressources propres, poussent un nombre croissant d'entreprises luxembourgeoises à s'internationaliser pour élargir et diversifier leurs marchés. L'expansion internationale constitue une vraie opportunité pour bénéficier d'avantages concurrentiels solides et durables et ce, quel que soit le secteur d'activité. Par ailleurs, l'essor des nouvelles technologies avec l'eCommerce, la réalité virtuelle ou encore les systèmes de paiement numériques, permet aux entreprises de se développer plus facilement hors des frontières. Aujourd'hui, la crise sanitaire pose d'énormes défis économiques. Les temps sont difficiles et il est d'autant plus important de maintenir les relations commerciales à l'étranger, voire d'explorer de nouveaux marchés et d'innover en matière de relations internationales.

L'internationalisation et la nécessité d'un commerce international libre et équilibré est l'une des priorités de Luc Frieden, président de la Chambre de Commerce, pour permettre de faire face aux défis d'une économie changeante et maintenir la prospérité nationale. Dans le cadre de la stratégie globale CC2025 de la Chambre de Commerce, l'équipe des Affaires Internationales entend poursuivre la transformation numérique entamée avant la crise sanitaire. Par son agilité, l'innovation de ses produits et services, elle propose de nouveaux moyens pour saisir les opportunités de la globalisation et assister les entreprises sur toute la chaîne de valeur de leur processus d'internationalisation.

Le Luxembourg : une économie ouverte et internationalisée

Le Luxembourg a une économie traditionnellement ouverte. Avec un marché domestique réduit en termes de taille et de ressources propres, le Grand-Duché dépend fortement des marchés étrangers, tant pour l'écoulement des biens et services que pour son approvisionnement local. Ainsi, le degré d'ouverture de l'économie luxembourgeoise est le plus élevé d'Europe et l'un des

plus élevés au monde, avec une exportation de plus de 80% des biens et services produits. La notion d'ouverture peut se mesurer en comparant la somme des exportations et des importations de biens et services d'un pays, au PIB de celui-ci. Pour le Luxembourg, ce ratio s'élève à 196. Pour la Belgique, il se situe à 80 et les États-Unis offrent un ratio de 15. Le degré d'ouverture est également attesté par l'indicateur *Open Markets Index* élaboré par l'International Chamber of Commerce (ICC). Dans ce classement, le Luxembourg apparaît à la 3e place derrière Hong Kong et Singapour, et devant la Belgique (4e).

Grâce notamment à son aéroport international tout cargo fournissant des connexions aériennes vers tous les continents, le Luxembourg est l'un des plus grands aéroports de fret en Europe. Le centre de transport de marchandises de l'aéroport de Luxembourg dispose d'une capacité d'un million de tonnes de fret par an et propose des services de grande qualité. Des liaisons ferroviaires fiables sont fournies par CFL Multimodal pour rejoindre la mer du Nord, la mer Baltique, la péninsule Ibérique, la mer Méditerranée, la Turquie, ainsi que d'autres plateformes importantes de l'Union européenne. Un premier train vers la Chine a été lancé début

2019. Situé à l'intersection des couloirs ferroviaires et autoroutiers principaux nord-sud et est-ouest, le Luxembourg bénéficie également d'un accès rapide et non congestionné au marché de consommation européen.

Les opportunités de l'expansion à l'international

Dans une économie de plus en plus globalisée et interconnectée, la conquête de nouveaux marchés et la recherche de partenaires fiables figurent parmi les principaux défis de la vie d'une entreprise. L'internationalisation d'une entreprise au-delà des frontières du pays d'origine ouvre une multitude de possibilités. Elle constitue une réelle opportunité pour bénéficier d'avantages concurrentiels solides et durables et ce, quel que soit le secteur d'activité.

L'ouverture vers l'extérieur permet aux entreprises de conquérir de nouvelles parts de marché, d'accroître leur notoriété et leur influence, d'augmenter leur chiffre d'affaires et de diversifier leurs approvisionnements. En s'ouvrant à l'international, elles gagnent en visibilité, améliorent leur image de marque et rassurent leurs clients ainsi que leurs divers partenaires commerciaux.

Si la mondialisation croissante n'est plus réservée uniquement aux grands groupes, elle reste néanmoins une source d'appréhension pour les PME et les micro-entreprises et peut mener à de nombreuses interrogations. Peut-on réellement faire face à la concurrence sur d'autres territoires ? Comment peut-on justifier d'une meilleure compréhension du marché que les entreprises locales ? Quel positionnement stratégique est-il possible d'adopter pour continuer de croître hors les frontières ?

Une stratégie d'internationalisation demande une préparation minutieuse. L'internationalisation de ses activités doit conduire l'entreprise à s'interroger sur le choix du pays de destination, mais aussi sur le choix du service ou produit à exporter ou à produire dans un pays tiers. Elle doit s'adapter et considérer plusieurs facteurs qui conditionnent la réussite de sa démarche, notamment, l'innovation technologique et la digitalisation qui permettent aujourd'hui d'accélérer le processus d'internationalisation des entreprises, en bouleversant les modèles d'affaires traditionnels. Une étude récente de l'Observatoire du Développement International (ODI) montre que 91% des entreprises considèrent le digital comme étant un relais de croissance qu'il faudra prioriser pour mettre en place des solutions de plus en plus intégrées afin de gagner en efficacité et flexibilité. Elles estiment également que le digital occupe une place de plus en plus importante, à des niveaux autres que ceux liés à la capacité de développer des offres globales. Ainsi, 88% des entreprises estiment que le digital favorise l'internationalisation de la relation client et 87,5% d'entre elles considèrent qu'il permet de mettre en place une stratégie au niveau mondial.

Promotion économique du Luxembourg

La promotion de l'économie luxembourgeoise et la prospection internationale sont dirigées par le Luxembourg's Trade and Investment Board. Placé sous la présidence d'honneur de S.A.R. le Grand-Duc héritier, ce conseil est présidé par le ministre de l'Économie. La Chambre de Commerce et Luxinnovation travaillent en collaboration avec le ministère de l'Économie pour favoriser l'innovation, alimenter la croissance internationale et attirer les investissements étrangers.

Le Trade and Investment Board (TIB) a été lancé en 2016 avec l'objectif de renforcer le positionnement du Luxembourg sur la scène internationale. Il fédère tous les acteurs de la promotion du Luxembourg, à savoir, la Chambre de Commerce, le ministère de l'Économie, le ministère des Affaires étrangères et européennes, le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, le ministère d'État - Service des Médias et des Communications, le ministère des Finances, la Chambre des Métiers, Luxinnovation et la Fedil. Les efforts de coordination entre ces différentes organisations permettent de faciliter le développement des entreprises luxembourgeoises sur les marchés internationaux. De plus, le TIB cherche à attirer les meilleures entreprises mondiales susceptibles



d'apporter une valeur ajoutée au Grand-Duché. Dans ce cadre, la Chambre de Commerce fait la promotion de l'internationalisation des entreprises luxembourgeoises, de la qualité des exportations et des différents services d'origine luxembourgeoise. Au sein de sa House of Entrepreneurship, la Chambre de Commerce héberge une *Investor Care Platform*, véritable point de contact unique pour les investisseurs désireux de s'implanter au Grand-Duché. Cette plateforme est coordonnée par le ministère de l'Économie. Luxinnovation est en charge du déploiement d'un ciblage proactif, de la prospection sectorielle, du développement des affaires et des études de marché.

Luxembourg for Finance est un partenariat public-privé entre le gouvernement luxembourgeois et la Fédération des professionnels du secteur financier (PROFIL). L'agence pour le développement du secteur financier consolide les efforts déployés par les autorités publiques et les principaux acteurs du secteur pour assurer le développement d'un centre innovant et professionnel, grâce à une politique de communication cohérente et structurée. Luxembourg for Finance organise

des séminaires et participe à des salons et congrès internationaux avec une équipe dédiée. Les événements de Luxembourg for Finance s'adressent aux entreprises du secteur financier.

Une panoplie de services pour promouvoir sur le terrain les activités d'internationalisation

La Chambre de Commerce, via son service Affaires Internationales, est en charge du conseil et soutien aux entreprises luxembourgeoises pour le développement de leurs activités sur les marchés internationaux. Ce soutien se concrétise par la mise à disposition d'un réseau mondial et par l'organisation de nombreuses activités sur le terrain, telles que des missions économiques, des visites accompagnées ou la mise à disposition de stands collectifs aux couleurs du Luxembourg (voir l'encadré « Pavillon National », p. 50) de salons professionnels à l'étranger, des séances d'information sur tous les aspects du commerce international ou encore l'accueil de délégations étrangères au Luxembourg.



01



02

01. S. M. le Roi des Belges et S.A.R. le Grand-Duc entourés (de g. à dr.) par Luc Frieden, Président de la Chambre de Commerce, Étienne Schneider, Vice-Premier ministre, ministre de l'Économie, Didier Reynders, Vice-Premier ministre, ministre des Affaires étrangères et européennes et de la Défense du Royaume de Belgique, Bernard Gillot, président de la Fédération des Entreprises de Belgique (FEB) et Carlo Thelen, CEO/directeur général de la Chambre de Commerce lors d'un Meet & Greet sur le thème de l'entrepreneuriat belge et luxembourgeois organisé à la Chambre de Commerce, dans le cadre de la visite d'Etat au Luxembourg de LL. MM. Le Roi et la Reine des Belges, du 15 au 17 octobre 2019.

© SIP / Emmanuel Claude

02. Dans le cadre d'une mission officielle au Maroc du 23 au 26 septembre 2019, un MoU a été signé lors d'un forum économique à Casablanca entre Mohammed Drissi Melyani, Directeur Général de l'Agence de Développement du Digital (ADD) et Luc Frieden, président de la Chambre de Commerce, en vue d'une collaboration plus poussée autour du secteur des TIC.

© SIP / Jean-Christophe Verhaegen

L'ensemble de ces services s'adresse tant aux entreprises qui font leurs premiers pas à l'export, qu'à celles plus chevronnées, qui prospectent de nouveaux marchés ou cherchent de nouveaux investisseurs.

Visites d'Etat, missions officielles et missions économiques

Il existe plusieurs formats de missions à l'étranger. Dans le cadre de la participation du couple grand-ducal ou grand-ducal héritier, les missions économiques sont présidées par S.A.R. le Grand-Duc, en présence de S.A.R. la Grande-Duchesse, ou de S.A.R. le Grand-Duc héritier, accompagné de S.A.R. la Grande-Duchesse héritière, et menées par le ministre de l'Économie. En cas de visite d'Etat ou de participation du couple grand-ducal héritier, le ministère et la Chambre de Commerce établissent le programme en étroite concertation avec la Cour grand-ducale. Il revient au ministère

d'élaborer le programme officiel, lequel comprend également l'organisation d'entrevues politiques, voire d'intérêt économique. La Chambre de Commerce est, quant à elle, appelée à encadrer et accompagner la délégation commerciale composée d'entreprises et d'autres acteurs économiques luxembourgeois.

Les missions de promotion économique visent, d'une part, à promouvoir le Luxembourg en tant que terre d'accueil pour des entreprises ainsi qu'à attirer des investissements et, d'autre part, à soutenir les entreprises exportatrices luxembourgeoises dans leur conquête de marchés étrangers. Les missions sont organisées, par le ministère de l'Économie, en étroite coopération avec la Chambre de Commerce et Luxinnovation. Les Luxembourg Trade and Investment Offices (LTIO), les ambassades et les consulats jouent également un rôle de premier plan dans l'organisation et le déroulement des missions et visites.

Stands collectifs

Les foires et salons constituent des lieux d'affaires naturels pour toute entreprise souhaitant élargir son marché. La participation à des foires et salons étant une opération onéreuse, tant la Chambre de Commerce que le ministère de l'Économie offrent aux entreprises la possibilité de participer à des conditions avantageuses à des participations collectives « clé en main » regroupant les exposants luxembourgeois sous une seule enseigne à forte visibilité.

Visites accompagnées

La Chambre de Commerce propose des visites accompagnées aux entreprises intéressées à participer en tant que visiteur à de grandes foires internationales. Afin d'offrir une valeur ajoutée au niveau des rencontres entre visiteurs et exposants, ces visites sont souvent complétées par

**Franz Fayot**

Ministre de l'Économie,
Ministre de la Coopération et
de l'Action humanitaire

« La décision de mener une mission économique dans un pays est précédée d'une large concertation et dépend de plusieurs facteurs. »

Quelles mesures avez-vous adoptées pour préserver les liens du Luxembourg à l'international et en tisser de nouveaux dans le cadre de la crise sanitaire ?

La crise sanitaire du Covid-19 a bouleversé tous les calendriers, y compris le mien. Mais grâce aux moyens technologiques comme la visioconférence, j'ai gardé, voire intensifié les échanges avec le monde entrepreneurial et syndical pendant le confinement. Durant cette période, j'ai continué aussi à m'entretenir avec mes homologues ministres et les ambassadeurs et diplomates étrangers présents au Grand-Duché au sujet d'une approche européenne face Covid-19. Au sein du ministère, mon équipe en charge de la promotion du Commerce extérieur et des investissements est restée en contact régulier avec notre réseau à l'étranger ainsi qu'avec les équipes en charge des relations internationales auprès de la Chambre de Commerce et de Luxinnovation. Avec le renforcement du digital, les nouvelles aides financières à l'exportation pour soutenir les entreprises qui promeuvent leurs produits et services à l'international grâce aux outils de marketing numérique, se sont avérées appropriées.

En temps normal, quels sont les critères qui déterminent le choix d'un pays pour y mener une mission économique en collaboration avec la Chambre de Commerce ?

La décision de mener une mission économique dans un pays est précédée d'une large concertation et dépend de plusieurs facteurs. D'une part, le pays à visiter doit présenter un intérêt pour les entreprises luxembourgeoises souhaitant développer leurs activités à l'étranger. D'autre part, le choix d'un pays doit résulter d'un effort préalable de prospection se focalisant avant tout sur des secteurs économiques spécifiques, qui correspondent à la stratégie de développement économique du Grand-Duché. De plus, ce pays doit présenter des opportunités en termes d'attraction de technologies, d'entreprises et d'investissements vers le Luxembourg. Pour arrêter le choix des destinations, le ministère de l'Économie considère les appréciations de la Chambre de Commerce et de Luxinnovation, mais également des spécialistes sectoriels au sein du ministère et des Luxembourg Trade and Investment Offices. Ces LTIOs, les ambassades et les consulats jouent un rôle de premier plan au niveau de l'organisation et du déroulement des missions et visites.



03



04

03. De g. à dr. : Carlo Thelen, CEO/directeur général de la Chambre de Commerce, Étienne Schneider, Vice-Premier ministre, ministre de l'Économie et Jundong Kim, Vice-Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Corée (KCCI) lors d'une mission économique en Corée du Sud du 15 au 18 juillet 2019. Une délégation d'affaires composée de représentants de 40 entreprises a accompagné le ministre à Séoul à la recherche de partenariats avec des acteurs coréens pour étendre leurs activités à l'étranger. La mission s'est articulée autour du digital, de l'innovation technologique, de la cybersécurité et du secteur spatial.

© SIP

04. Sur invitation du Premier ministre, ministre d'État, Xavier Bettel, la Première ministre de la République de Serbie, Ana Brnabi, Premier Ministre de la Serbie, a effectué une visite officielle au Luxembourg, accompagnée d'une délégation serbe. Un séminaire économique Serbie-Luxembourg organisé à la House of Startups, auquel les deux Premiers ministres ont participé, a mis l'accent sur l'innovation numérique et l'écosystème des startups.

© Pierre Guersing, Chambre de Commerce

un programme d'entretiens individuels ou *matchmaking* organisé au préalable en fonction des besoins exprimés par les entreprises participantes.

Salons de coopération internationale

Les salons de coopération offrent une formule simple qui permet aux entreprises d'étendre leurs activités au-delà des marchés domestique et régional. Afin d'éviter d'entreprendre une dizaine de voyages d'affaires pour trouver le bon contact, la participation à un salon de coopération permet à une PME/PMI d'avoir en un seul endroit plusieurs rendez-vous ciblés et individuels avec des entreprises intéressées par un partenariat. Le concept « b2fair[®] » permet aux entreprises de tirer parti de la combinaison de foires internationales et de plates-formes de rencontres « b2b » des Affaires Internationales, par laquelle cette initiative se distingue (voir p. 50).



05. Avec un pavillon national de 40 m² qui a hébergé 8 startups, le Luxembourg a su attirer de nombreux entrepreneurs intéressés par l'écosystème d'innovation du pays lors du salon VivaTechnology qui s'est tenu à Paris du 16 au 18 mai 2019.

© : Affaires Internationales, Chambre de Commerce

Missions en régie propre

Les missions en régie propre sont organisées à l'initiative de la Chambre de Commerce en collaboration avec son réseau mondial de partenaires. Elles ciblent des pays choisis par la Chambre de Commerce avec l'apport des entreprises en fonction de leurs besoins et des opportunités d'affaires potentielles. Ces missions sont souvent conduites dans des pays qui n'ont pas encore accueilli de délégation officielle ou bien, elles font suite à une mission officielle.

Missions Get2Know Your Neighbours

Ces missions d'un ou deux jours à destination ou en provenance d'une région proche du Luxembourg (Grande Région et Benelux) sont organisées par la Chambre de Commerce en collaboration avec son réseau de partenaires régionaux. L'objectif de ces missions est de mieux connaître l'environnement des affaires, les entreprises et les acteurs économiques des régions voisines du Luxembourg et de promouvoir ainsi la collaboration transfrontalière. Les événements *Get2know Your Neighbours* comprennent des rencontres b2b, des visites d'entreprises, des séminaires et/ou des réceptions de networking.

Séminaires et conférences

En vue d'aider les entreprises luxembourgeoises à pénétrer les marchés étrangers, la Chambre de Commerce organise régulièrement des séminaires et conférences qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à écouler leurs produits ou services.

L'Europe à la portée des entreprises avec le réseau Entreprise Europe Network-Luxembourg (EEN)

Pour offrir aux chefs d'entreprise luxembourgeois une porte d'entrée unique aux services européens à valeur ajoutée qui visent à aider plus particulièrement les PME à exploiter pleinement leur potentiel et à développer leur capacité d'innovation dans le contexte du grand marché européen, le réseau Entreprise Europe Network au Luxembourg est né de la concrétisation d'un partenariat stratégique entre la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et Luxinnovation. La collaboration étroite entre ces différents partenaires assure une couverture de tous les secteurs économiques, et s'adresse aussi bien aux entreprises aguerries à l'international qu'aux startups innovantes. Fortement ancrées dans le tissu local, les trois organisations membres disposent de

contacts privilégiés avec le gouvernement luxembourgeois, les fédérations professionnelles, les centres de recherche publics et autres partenaires professionnels. L'Entreprise Europe Network collabore aussi avec ses partenaires au niveau régional, notamment ses homologues de la Grande Région, ainsi qu'avec la Commission européenne. Fort de 600 points de contacts et de 3.000 conseillers, l'EEN est présent dans plus de 60 pays et forme le plus vaste réseau européen de conseil et de services européens à destination des entreprises. Le réseau offre une expertise concrète et efficace sous forme d'un guichet unique aux entrepreneurs dans les 27 pays membres de l'Union européenne, dans trois pays candidats (Croatie, Macédoine et Turquie), dans les Etats membres de l'Espace Economique Européen et dans d'autres pays tiers. L'Entreprise Europe Network-Luxembourg tient les entreprises informées des politiques communautaires ainsi que des services européens intégrés.

■ Plus d'informations : www.een.lu

L'Institut de la Grande Région (IGR)

Dans sa mission d'œuvrer pour un avenir commun et de faire progresser la coopération transfrontalière dans l'intérêt du



Together we make it happen!

The promotion and prospection activities are organised mainly by the Ministry of the Economy, the Ministry of Finance, the Ministry of Foreign Affairs, the Chamber of Commerce and Luxinnovation. Their coordinated work is presented under a single web platform: www.tradeandinvest.lu. Within this set-up, the Chamber of Commerce promotes the internationalisation of Luxembourg companies, the quality of the goods exported and the various services of Luxembourg origin while the Ministry of the Economy's focus is to promote Luxembourg as a prime business location for foreign companies with the help of Luxinnovation.

Moreover, the Chamber of Commerce, through its International Affairs, actively supports Luxembourg companies expanding into foreign markets. A wide range of activities and services are provided so that interested Luxembourg companies can find complete and tailor-made guidance to develop and grow their business internationally.

■ Contact: www.cc.lu/gointernational

06. Plus de 2.500 rencontres d'affaires ont été organisées lors de la 15^e édition de l'événement b2fair à la Foire d'Hanovre, le plus grand salon de la technologie industrielle au monde (1-5 avril 2019) ...

07. ... et la réception de networking sur le pavillon national a attiré de nombreux participants venus pour découvrir les produits, les services et les technologies des exposants luxembourgeois.

© Affaires Internationales, Chambre de Commerce





développement économique et social de la Grande Région, l'IGR constitue une plateforme de réflexion et d'échanges permanents. En tant que *think tank* stratégique opérant avec les autres institutions qui animent cet espace transfrontalier, l'IGR réunit les forces et conjugue les complémentarités pour faciliter le dialogue et les échanges entre acteurs économiques.

■ Plus d'informations : <https://institut-gr.eu/>

Les caractéristiques qui font d'un pays un marché prioritaire

Le choix des destinations des missions officielles est arrêté par le ministère de l'Économie qui fonde sa décision, entre autres, sur les appréciations de ses spécialistes sectoriels, des LTIO et de la Chambre de Commerce. Les analyses de marché effectuées par Luxinnovation contribuent également à identifier les destinations présentant un réel intérêt économique et commercial. Le

choix résulte donc d'un effort préalable de prospection se focalisant avant tout sur des secteurs économiques très spécifiques, qui correspondent à la stratégie de développement économique du Grand-Duché.

Les critères d'évaluation de la Chambre de Commerce pour identifier un pays prioritaire présentant une opportunité économique et commerciale sont déterminés par le nombre de demandes de sociétés établies au Luxembourg, l'intérêt manifesté par les entreprises sur base des résultats d'une enquête d'orientation annuelle, les opportunités détectées pour les entreprises, la complémentarité des secteurs d'activité, le volume des échanges de biens et de services, la représentation luxembourgeoise dans le pays (ou le manque de représentation luxembourgeoise sur place !), les accords de coopération existants, les accords de libre-échange ou encore la stratégie gouvernementale du pays (voir encadré « Liste des pays prioritaires » p. 52).

Il est essentiel de bien préparer une mission à l'international. À cette fin, le service Affaires Internationales propose une checklist (voir encadré « Check-list » p. 55), afin que les missions à l'étranger se déroulent dans les meilleures conditions pour les entreprises.

Le rôle des chambres bilatérales et leur accréditation à l'étranger

Avec 30 chambres à travers le monde, le réseau des Chambres de Commerce belges et belgo-luxembourgeoises à l'étranger accréditées constitue l'un des principaux réseaux de Chambres de Commerce bilatérales dans le monde. L'objectif principal des Chambres de Commerce belgo-luxembourgeoises est de défendre les intérêts des entreprises belges et luxembourgeoises opérant à l'étranger afin de soutenir leurs échanges internationaux et leur développement économique. Un guide répertoriant les coordonnées de toutes les chambres



« L'international est plus que jamais un facteur clé de la bonne santé de nos entreprises et de notre économie dans un contexte d'incertitude et d'instabilité. »



membres du réseau qui peuvent aider dans les démarches d'internationalisation, peut être consulté en ligne.

■ Plus d'informations : <https://belgianchambers.be>

La Chambre de Commerce se propose de mettre en œuvre dès la rentrée 2020 un processus d'accréditation des Chambres de Commerce bilatérales et Business Clubs (dénommés CCBL) favorisant le développement et la consolidation d'un réseau professionnalisé et homogène. Le programme d'accréditation précise les grands principes auxquels les CCBL doivent répondre dans le cadre de l'accomplissement de leurs tâches pour accéder au statut de Chambre accréditée. Ces critères concernent l'organisation et le management de la CCBL, ainsi que ses qualités en tant que prestataire de services.

Une fois accréditées, les CCBL pourront bénéficier d'un statut reconnu comme partenaire de la Chambre de Commerce comprenant certains avantages tels que les subsides partenaires (pour un projet réalisé en partenariat avec la Chambre de Commerce) et les subsides projets.

Le réseau de représentation commerciale et économique de la Chambre de Commerce à l'étranger

Les principaux partenaires commerciaux du Grand-Duché sont ses trois voisins directs, l'Allemagne, la France et la Belgique. Pour renforcer les excellentes relations avec ces trois pays, la Chambre de Commerce a ouvert des bureaux permanents de représentation à Berlin, Bruxelles, Paris et Marseille où des Attachés économiques et commerciaux (AEC) se trouvent sur le terrain. Ces bureaux se doublent de Business Clubs bilatéraux, qui offrent un lieu de rencontre privilégié aux entrepreneurs souhaitant intensifier la dynamique d'échanges entre le Luxembourg et le pays hôte. Suite au Brexit, la Chambre de Commerce projette également l'ouverture d'une représentation commerciale et économique à Londres à la rentrée 2020.

■ Plus d'informations :
www.businessclub-luxembourg.de,
www.businessclub-luxembourg.fr,
www.businessclub-luxembourg.be

L'Office du Ducroire (ODL) : soutenir les exportateurs par des aides financières à l'exportation et l'assurance contre les risques

La Chambre de Commerce coopère avec l'ODL pour épauler les entreprises luxembourgeoises dans leurs démarches d'exportation en leur proposant un remboursement partiel des frais liés à la promotion, à la formation ou à la participation à des foires. Par ailleurs, l'ODL propose des solutions d'assurance contre les risques des entreprises liés aux transactions internationales et aux investissements à l'étranger.

Dans le contexte de la pandémie liée au coronavirus Covid-19, l'ODL a mis en place plusieurs mesures afin de renforcer son soutien aux entreprises luxembourgeoises :

- augmentation de la quotité garantie des limites et contrats émis pendant l'état de crise dans le cadre des assurances à l'exportation ;
- collaboration avec la Mutualité de Cautionnement avec la mise en place d'une assurance des garanties émises par la Mutualité leur permettant ainsi d'augmenter leur capacité ;



09



Maxim Straus
Executive Vice President (EVP)
et Chief Financial Officer (CFO),
Cargolux et Président de la
Commission « International »
de la Chambre de Commerce

« Cargolux s’est fixé la réussite comme objectif en fournissant un service flexible et fiable, en s’adaptant constamment à l’évolution du marché et en gagnant la confiance de ses clients. »

Cargolux emploie plus de 2.000 personnes dans le monde et vient de célébrer son 50^e anniversaire. Aujourd’hui, votre compagnie aérienne exploite la plus grande flotte de son histoire et enregistre l’un des taux d’utilisation quotidiens les plus élevés de l’industrie. À quoi tient ce succès international ?

Depuis ses débuts, Cargolux s’est fixé la réussite comme objectif en fournissant un service flexible et fiable, en s’adaptant constamment à l’évolution du marché et en gagnant la confiance de ses clients. Nos employés sont des experts dans leurs domaines et témoignent d’un engagement sans faille envers l’entreprise et notre mission première qui est le fret aérien. La devise de Cargolux « You name it, we fly it ! » reste la philosophie de notre compagnie. Au fil des ans, la compagnie a pris un certain nombre de décisions audacieuses et a fait des pas de géant pour réaliser ses ambitions.

Vous êtes membre élu de la Chambre de Commerce où vous présidez également la Commission « International ». Qu’est-ce qui a motivé votre engagement ?

Au-delà de mes responsabilités de CFO, je suis très impliqué dans le développement de nouveaux marchés pour Cargolux. Au cours des dernières années, j’ai participé à une multitude de missions économiques. J’ai pu découvrir les besoins des entreprises luxembourgeoises qui y prennent part et apprécier le travail du département international sur le terrain. En tant que Président de la Commission « International », j’ai l’ambition de partager cette expérience avec les Affaires Internationales et les membres de la Commission. Cindy Tereba et son équipe ont profité du confinement pour revoir la stratégie du département et poursuivre sa transformation afin de devenir un fournisseur de services proactif, conformément à la Stratégie CC2025. L’offre de services existante a été étendue en s’appuyant sur les outils digitaux, les méthodes de travail agiles et collaboratives, la mise en place d’un outil centralisé de gestion de la relation client (CRM) et d’instruments de marketing ciblés. La crise sanitaire a joué un rôle de catalyseur dans ce processus, permettant d’adapter les services de la Chambre de Commerce aux besoins actuels et futurs des entreprises.

- flexibilisation du produit « Assurance des crédits bancaires » qui permet aux banques de réduire partiellement le risque de non-remboursement des prêts qu’elles accordent aux exportateurs luxembourgeois pour développer leurs activités internationales. Dans ce cadre, l’ODL va également assouplir les conditions applicables à ce produit notamment en augmentant le pourcentage d’assurance possible et en élargissant la définition des crédits bancaires éligibles ;
- augmentation du pourcentage d’assurance dans le cadre de son produit d’assurance des garanties bancaires qui s’adresse aux banques des exportateurs luxembourgeois pour assurer la ligne de garantie accordée par la banque et inclusion des garanties à l’importation dans le champ d’application de l’assurance ;
- réduction du délai constitutif de sinistre qui permet aux entreprises d’être indemnisées plus rapidement en cas de sinistre ;
- réduction du délai de remboursement des factures acquittées dans le cadre de l’activité d’aides financières.

08. Suite au Brexit, la Chambre de Commerce projette l’ouverture d’une représentation commerciale et économique à Londres à la rentrée 2020.

09. Les conférences Prepare4Brexit du 8 février 2019 et du 9 avril 2019 organisées par les Affaires internationales dans les locaux de la Chambre de Commerce, ont informé plusieurs centaines d’entrepreneurs sur différents aspects liés à la sortie du Royaume-Uni de l’Union européenne.

© Pierre Guersing,
Chambre de Commerce



Le label

Made in Luxembourg : affichez l'origine de votre savoir-faire

Pour promouvoir les produits luxembourgeois sur les marchés étrangers, la Chambre de Commerce a créé avec le ministère des Affaires étrangères et européennes et la Chambre des Métiers, le label Made in Luxembourg, qui sert à identifier l'origine luxembourgeoise des produits et services. Ce label permet d'informer les consommateurs luxembourgeois sur les produits locaux et de mieux faire connaître les produits nationaux à l'étranger. Les entreprises souhaitant obtenir le label peuvent faire une demande en ligne sur : www.made-in-luxembourg.lu



10



11

Import-export : les carnets ATA et les certificats d'origine

Des opérations d'exportation imposent que l'origine d'un produit soit justifiée par la production d'un certificat d'origine, document d'accompagnement des marchandises. Au Luxembourg, la House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce a pour mission d'authentifier les certificats d'origine au bénéfice des entreprises. Ce certificat est donc un document normalisé qui, pour satisfaire aux exigences douanières ou simplement commerciales dans les rapports avec l'étranger, permet d'identifier les marchandises, et dans lequel l'organisme habilité à le délivrer certifie expressément que les marchandises auxquelles le certificat se rapporte sont originaires d'un pays ou d'un groupe de pays donnés.

Dans le cadre d'opérations temporaires, les marchandises restent la propriété de l'expéditeur et sont destinées à revenir en l'état, à l'identique, dans le pays de départ, sans acquitter les droits de douane et taxes dans les pays d'admission temporaire. Le carnet de passage en douane A.T.A. - sigle qui est une combinaison des mots français

et anglais : admission temporaire / temporary admission - est un véritable passeport des marchandises pour simplifier les opérations douanières et réduire les coûts. Comme le régime des carnets A.T.A. trouve son origine dans deux Conventions internationales, c'est l'Administration des Douanes et Accises du Grand-Duché qui est appelée à exécuter cette convention douanière. C'est pourtant la Chambre de Commerce qui est « association émettrice » pour le Grand-Duché sur base d'un agrément délivré par les autorités douanières luxembourgeoises. La Chambre de Commerce est de plus « association garante » en ce sens qu'elle s'est constituée caution envers l'administration des douanes luxembourgeoises, pour sûreté et recouvrement de tout droit de douane éventuellement dû à raison de l'émission d'un carnet A.T.A.

Business Partnership Facility

La Business Partnership Facility (BPF) est une facilité de financement visant à encourager le secteur privé luxembourgeois et européen à s'associer avec des partenaires dans les pays en voie de développement

pour mettre en place des projets commerciaux durables. Le cofinancement s'effectue sous forme de don pouvant atteindre jusqu'à 50% du budget total d'un projet, sans toutefois dépasser le seuil des 200.000 euros. Il contribue au développement et à la création d'emplois dans les pays en voie de développement et/ou au transfert de technologies.

Plusieurs secteurs sont éligibles : CleanTech, éco-innovation et économie circulaire ; Espace ; Fintech ; HealthTech ; Mobilité et logistique ; Technologies de l'information et de la communication (TIC).

■ Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.bpf.lu ou contacter l'équipe des Affaires Internationales à l'adresse : bpf@cc.lu

Il va de soi qu'avec la crise sanitaire, le Luxembourg et les autorités de pratiquement tous les pays du monde ont pris une série de mesures qui ont eu un impact sur les déplacements, les échanges traditionnels et les plans de développement à l'international, avec des conséquences importantes pour l'activité économique mondiale. Aussi, en réponse à la crise actuelle, le numérique joue le rôle d'accélérateur de

« La nouvelle offre ne cessera de s'étoffer et comprendra l'ensemble du réseau international de l'équipe Affaires Internationales, à savoir les ambassades du Luxembourg, les Luxembourg Trade and Investment Offices (LTIO) et tous les attachés commerciaux belges dans le monde entier - qui seront bientôt tous à portée d'un clic ! »



12

développement à l'international, avec l'apui notamment de l'offre digitalisée mise en place ces derniers mois par l'équipe des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce sous la direction de sa nouvelle directrice, Cindy Tereba, arrivée en septembre 2019 (lire « The Interview » p. 80).

La digitalisation comme réponse à la crise sanitaire et économique

Indépendamment de la crise sanitaire actuelle qui s'est avérée être un catalyseur de la numérisation pour les entreprises et les industries, le service des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce a poursuivi sa transformation digitale entamée avant le début de la crise. Plusieurs outils digitaux ont ainsi été développés pour faire face à la crise sanitaire et économique actuelle et mieux appréhender les enjeux d'une internationalisation.

En effet, lorsque les temps sont difficiles, il est d'autant plus important de maintenir les relations commerciales à l'étranger, et d'explorer de nouveaux marchés autrement. L'équipe des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce innove et renforce son soutien aux entreprises pour faciliter le développement de leurs activités à l'international. En plus des activités et services

10. Au cours de la mission économique en Russie, du 21 au 25 octobre 2019, la délégation des entreprises a bénéficié d'une visite accompagnée au Skolkovo Open Innovations Forum, la principale plateforme russe pour la technologie, les entrepreneurs et les entreprises.

© Affaires Internationales, Chambre de Commerce

11. Remise des labels Made in Luxembourg le 14 mars 2019 lors du Springbreak organisé à Luxexpo The Box sur le pavillon de la Chambre de Commerce.

© Laurent Antonelli, Agence Blitz

12. Le ministre de la Coopération et de l'Action humanitaire, Franz Fayot, et Carlo Thelen, CEO/directeur général de la Chambre de Commerce, ont lancé le 28 février 2020, la 5e édition de la Business Partnership Facility (BPF) de la Coopération luxembourgeoise. La BPF combine intelligemment les outils de la Direction de la coopération avec les efforts de la Chambre de Commerce et du ministère de l'Economie en matière de promotion de l'internationalisation, a commenté Carlo Thelen.

© Pierre Guersing, Chambre de Commerce



Axel Gränitz

Vorstandsvorsitzender des Business Club Luxemburg in Deutschland, Präsident und CEO der Polygon Group und Honorarkonsul von Luxemburg in Bayern

« Auf Basis von Austausch und Vertrauen wachsen wir als Netzwerk stetig enger zusammen und sind damit ein ideales Sprungbrett in den jeweiligen Markt. »

An welche Unternehmen richtet sich der Business Club Luxemburg?

Wir richten uns an Unternehmen, die ihre Geschäftsbeziehungen nach Luxemburg bzw. Deutschland ausweiten oder ausbauen möchten. Wir wollen Tipps und Hinweise weitergeben, die den Unternehmen hilfreich sein können bei ihren Kontakten in beide Länder und bei der Vernetzung mit Geschäftspartnern vor Ort behilflich sein. Der Club richtet sich sowohl an kleine als auch mittelständische und große Unternehmen aus unterschiedlichen Geschäftsbereichen, die Kenntnisse und Erfahrungen austauschen, sowie Kontakte knüpfen und pflegen möchten.

Was sind die Handlungsfelder des Clubs?

Wir veranstalten hauptsächlich Konferenzen, Delegationsreisen und Workshops, meist mit Partnern aus Deutschland und Luxemburg – wie Branchenverbände. Wir verstehen uns als Plattform, die den Austausch zwischen beiden Ländern fördert, und bieten dementsprechend auch die typischen Netzwerkveranstaltungen an. Die Themen unserer Veranstaltungen haben einen wirtschaftlichen Schwerpunkt und befassen sich mit den verschiedensten Branchen, von Logistik über private Equity oder Digitalisierung bis hin zur Raumfahrt. Zudem bietet der Business Club Luxemburg eine Plattform für das Kennenlernen hoher wirtschaftlicher und politischer Entscheidungsträger mit denen sich unsere Mitglieder dann direkt kurzschließen können, beispielsweise bei einem Kamingsgespräche in kleiner Runde.

Wenn Sie rückblickend Bilanz ziehen, wie würden Sie den Business Club Luxemburg seit seiner Gründung im Jahr 2012 bewerten?

Seit der Gründung des Business Club Luxemburg hat sich das Netzwerk von 15 auf 100 Mitglieder vergrößert. Der Club zeugt heute von großer Diversität, Vertreter und Vertreterinnen von Unternehmen unterschiedlichster Größe und Branchen beleben das Netzwerk und heben spannende Themen auf die Agenda. Auf Basis von Austausch und Vertrauen wachsen wir als Netzwerk stetig enger zusammen und sind damit ein ideales Sprungbrett in den jeweiligen Markt. Dies auch nicht zuletzt Dank der Handelskammer Luxemburg und der Botschaft von Luxemburg in Deutschland, die uns von Tag 1 an tatkräftig unterstützen.



Pourquoi un pavillon national ?

Le pavillon national part du principe que l'union fait la force. Ainsi, dans l'optique de promouvoir les entreprises luxembourgeoises à l'étranger et de mettre en avant le Luxembourg comme terre d'exportation, la Chambre de Commerce met en place des stands collectifs ou pavillons nationaux à l'étranger, en régie propre ou en collaboration avec le ministère de l'Economie, notamment dans le cadre de salons professionnels. Selon un agencement généralement défini par le collectif des exposants, il est composé de plusieurs stands modulaires qui sont regroupés sous la bannière du Luxembourg et aux couleurs du Nation Branding. Les avantages du pavillon national sont multiples pour les participants : il représente un coût modéré et bénéficie d'une visibilité accrue, tant auprès du public que des professionnels. Enfin, dans le cadre de salons dédiés, les stands collectifs réunissent des exposants issus d'un même secteur ou travaillent sur une même thématique et permettent d'avoir un impact de groupe.

existants, comme les missions économiques, les salons et foires, les événements internationaux de partenariat b2fair, l'accueil de délégations étrangères, les conférences, les forums transfrontaliers, les séminaires pays, les ateliers thématiques, le label Made in Luxembourg (voir l'encadré « Label made in Luxembourg » p. 48) ou encore le service de veille pour les appels d'offres des marchés publics, les Affaires Internationales offrent aujourd'hui une variété de produits digitalisés. Ainsi, une nouvelle gamme de services entièrement numériques complète désormais l'offre de la Chambre de Commerce : consultations personnalisées par visioconférences, webinars, plateformes B2B en ligne, etc. Cette offre ne cessera de s'étoffer et comprendra l'ensemble du réseau international de l'équipe Affaires Internationales, à savoir les ambassades du Luxembourg, les Luxembourg Trade and Investment Offices (LTIO) et tous les attachés commerciaux belges dans le monde entier - qui seront bientôt tous à portée de clic !

Evolution du concept de matchmaking international b2fair

Lancé dans le cadre d'un projet européen en 2004, le concept de *matchmaking* international b2fair occupe une place importante au sein des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce. En poursuivant l'objectif de promouvoir le développement des relations commerciales sur les marchés étrangers et de stimuler la diversification économique, il fournit un dispositif unique avec un encadrement « clé en main » afin de fédérer la création de partenariats d'affaires durables et de maximiser la rentabilité des échanges menés.

Concept fédérateur du développement international des PME, des micro-entreprises et des start-ups innovantes, le succès du concept est attribuable à sa philosophie qui se traduit par un accompagnement entrepreneurial à 360°, et ceci à tous les niveaux et sur toute la chaîne de valeur du processus d'internationalisation. En tant que véritable produit « *Made in Luxembourg* », la marque b2fair® est protégée à l'international et appartient aujourd'hui à la Chambre de Commerce.

Avec sa devise « Think Global - Act Local », le concept permet en outre de monter des opérations internationales à forte valeur ajoutée sur le marché domestique, avec la



venue de nombreuses délégations étrangères au Luxembourg. En effet, le concept b2fair puise sa dynamique d'action dans l'alimentation de relations professionnelles privilégiées avec un réseau d'interlocuteurs et de partenaires stratégiques actifs dans le commerce international à l'échelle européenne et mondiale. En jouant sur l'effet-réseau à l'international, les Affaires Internationales de la Chambre de Commerce disposent aujourd'hui, grâce à ce concept, d'un énorme réseau professionnel côtoyé de manière systématique dans la mise en œuvre de ses actions. Pour les TPE et PME qui n'ont ni le temps ni les ressources financières pour développer leurs contacts à l'international, la mise en place de ces mesures locales est précieuse.

Aussi, l'ambition du concept b2fair est de changer progressivement la façon dont les dialogues d'affaires seront menés à l'avenir: rencontres virtuelles, *digital mingling*, *chats interactifs*, événements phygitaux etc., à travers l'intégration des dernières avancées digitales au service des rencontres humaines, une nouvelle génération de *matchmaking* aura pour objectif d'apporter des composantes innovantes aux événements b2b de demain et d'atteindre d'autres horizons en explorant de nouvelles pistes de



13

13. De janvier à avril 2020, le Luxembourg a diminué d'environ un tiers le total de ses exportations et de ses importations de biens commerciaux, selon le baromètre Eurostat publié en juin 2020.

14. Une nouvelle gamme de services entièrement numériques complète désormais l'offre de la Chambre de Commerce et propose des consultations personnalisées par visioconférences, des webinars, des plateformes b2b en ligne, etc.



14

développement dans l'intérêt collectif des entreprises.

Une cartographie pour s'informer des mesures liées à la crise Covid-19

Une cartographie par pays permet de rester informé sur l'évolution des mesures et restrictions liées à la crise Covid-19 et mises en place dans les différents pays. Pour avoir une vue d'ensemble des différentes mesures et restrictions éventuelles par pays, par exemple au niveau du droit de voyage ou encore au niveau de l'exportation et l'importation de biens vers ou depuis différents pays, il est utile de consulter le site suivant: www.cc.lu/covid19/go-international/ qui renvoie entre autres vers le *Country Policy Tracker* mis en place par l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) ou bien vers les renseignements actualisés en lien avec le commerce, notamment en ce qui concerne les notifications pertinentes des Membres de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), ou bien encore les informations en temps réel sur les frontières, les moyens de transport et les services touristiques disponibles dans les états membres de l'Union européenne.

Des consultations en ligne via une plateforme vidéo

Si une entreprise souhaite explorer un nouveau marché ou si elle a des questions spécifiques sur la manière de faire des affaires dans un pays étranger ou sur des thématiques communautaires et internationales, elle peut consulter un conseiller des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce du Luxembourg. Les Affaires Internationales ont mis en place une plateforme de consultations vidéo en ligne sur le site web de la Chambre de Commerce, pour aider les entreprises à développer leur activité à l'étranger.

Un agenda des activités digitalisé pour s'informer autrement

Un agenda des activités liées à l'international est disponible sous forme digitale et régulièrement mis à jour. Il est possible de consulter les manifestations et missions économiques en lien avec différents marchés géographiques, ainsi que les événements proposés par des organisations tierces et partenaires des Affaires Internationales sur le site de la Chambre de Commerce.

Des rencontres d'affaires internationales en mode virtuel

La crise sanitaire actuelle n'a pas épargné l'organisation de rencontres d'affaires

« Le service des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce a poursuivi sa transformation digitale entamée avant le début de la crise, pour adopter ou pleinement exploiter le numérique. »

Listes des pays prioritaires dans les domaines qui présentent un intérêt pour le Luxembourg

Europe

- Allemagne
- Belgique
- Danemark
- Estonie
- France
- Hongrie
- Italie
- Pays-Bas
- Pologne
- Portugal
- Royaume Uni
- Russie
- Suède
- Suisse
- Tchéquie
- Ukraine

Moyen Orient

- Arabie Saoudite
- Emirats arabes unis
- Israël

Asie

- Chine
- Corée du Sud
- Inde
- Indonésie
- Japon
- Kazakhstan
- Malaisie
- Singapour
- Taïwan
- Thaïlande
- Uzbekistan
- Vietnam

Afrique

- Afrique du Sud
- Algérie
- Côte d'Ivoire
- Ethiopie
- Ghana
- Kenya
- Maroc
- Rwanda
- Sénégal
- Tunisie

Amerique

- Argentine
- Brésil
- Canada
- Chili
- Colombie
- Etats-Unis
- Mexique
- Pérou
- Uruguay

Océanie

- Australie



physiques organisées habituellement dans le cadre de salons professionnels et congrès spécialisés en Europe et dans le monde. Ceci n'a toutefois pas empêché les Affaires Internationales de mettre en place de nombreuses initiatives, afin de continuer à soutenir le développement des entreprises à l'international. La cellule EEN au sein des Affaires Internationales propose ainsi aux entreprises des événements internationaux avec des rencontres d'affaires individuelles en mode virtuel.

■ Plus d'informations : www.cc.lu/gointernational ou www.tradeandinvest.lu

Un guide pratique dédié à l'internationalisation des entreprises

Un guide pratique édité par les Affaires Internationales et ses partenaires du réseau *Trade & Invest* expliquant comment les entreprises peuvent combiner leur stratégie d'internationalisation avec les dernières innovations en matière de marketing numérique, pour mettre en place tous les leviers utiles et dynamiser leur croissance à l'international vient d'être publié en ligne.

■ Plus d'informations : www.digitalguide.tradeandinvest.lu

Partnership Opportunity Database (POD) : une plateforme pour rechercher des partenaires dans le monde

Pour permettre aux entreprises de continuer leurs recherches de partenaires à l'échelle européenne et internationale, les Affaires Internationales proposent la consultation gratuite de profils de coopération d'entreprises étrangères susceptibles d'intéresser les entreprises, grâce à la *POD - Partnership Opportunity Database*. Mise en place et alimentée quotidiennement par le réseau européen Enterprise Europe Network de la Commission européenne, cette plateforme électronique peut être consultée sous : <https://een.ec.europa.eu/partners>

■ Plus d'informations : een-pod@cc.lu

Accès gratuit aux marchés publics européens et régionaux pour ne manquer aucune opportunité d'affaire !

En temps de crise sanitaire, les marchés publics peuvent représenter un levier réel de développement de l'activité transfrontalière et internationale pour les entreprises. À ce titre, l'EEN des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce met gratuitement à

« Pour permettre aux entreprises de continuer leurs recherches de partenaires à l'échelle européenne et internationale, les Affaires Internationales proposent la consultation gratuite de profils de coopération d'entreprises étrangères susceptibles d'intéresser les entreprises, grâce à la POD - Partnership Opportunity Database. »



15



16

la disposition des ressortissants intéressés, et ce, jusqu'à la fin du mois de décembre 2020, son service de veille digitale pour les marchés publics. Ce service permet d'avoir un accès régulier à des appels d'offres de l'Union européenne et de la Grande Région au moyen d'alertes concernant des avis de marchés auxquels les entreprises peuvent répondre. Grâce à une gestion personnalisée des profils, seules les soumissions en lien avec l'activité des entreprises sont sélectionnées.

■ Plus d'informations : een-veille@cc.lu

Expo 2020 Dubai : stimuler une relance économique après la crise

Face à l'impact de la crise sanitaire dans le monde, l'Expo 2020 Dubai a été reportée d'un an. Ce report s'inscrit dans un souci de garantir une meilleure sécurité pour les 40.000 ouvriers sur le site et les 25 millions de visiteurs attendus, dont 70 % en provenance de l'étranger. Il permet aussi de préparer dans de meilleures conditions cet événement qui pourra devenir une opportunité unique pour relancer l'économie. La prochaine Exposition universelle aura donc lieu à Dubai, du 1er octobre 2021 au 31 mars 2022, tout en conservant son nom d'Expo 2020 Dubai. Le

15. Mission économique aux Émirats arabes unis du 27 au 29 janvier 2020.

© SIP / Jean-Christophe Verhaegen

16. Visite du site du pavillon luxembourgeois à l'Expo 2020 Dubai en présence du ministre des Finances, Pierre Gramegna, dans le cadre de la mission économique aux Émirats arabes unis, présidée par S.A.R. le Grand-Duc héritier et dirigée par le Vice-Premier ministre, ministre de l'Économie, Étienne Schneider, en janvier 2020. La participation du Luxembourg à cet événement en 2021-2022 permettra de montrer au monde entier comment le Luxembourg est parvenu à se réinventer constamment, et comment cette transformation a profité à tous ses partenaires.

© SIP / Jean-Christophe Verhaegen



Grégoire Yakan
CEO, Koosmik

« Très intensive, cette mission économique nous a permis de rencontrer rapidement des partenaires et investisseurs, tout en explorant de nouveaux marchés potentiels ! »

Koosmik est une fintech qui propose des solutions de paiements et de mobile-wallet aux populations encore sous-bancarisées en Afrique de l'Ouest. Pourquoi avoir décidé de prendre part à la mission économique en Côte d'Ivoire et au Ghana, fin 2018 ?

Cette mission économique organisée par la Chambre de Commerce a constitué une grande première pour nous. Nous étions très bien entourés de plusieurs représentants officiels (ministère des Finances, ministère des Affaires Étrangères) ainsi que d'autres entrepreneurs. C'était un honneur et une grande chance pour nous de pouvoir présenter notre société et de faire partie de cette délégation. Très intensive, cette mission économique nous a permis de rencontrer rapidement des partenaires et investisseurs, tout en explorant de nouveaux marchés potentiels, puisque nous étions déjà implantés au Togo.

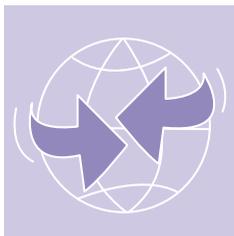
Quels bénéfices avez-vous retirés de votre participation ?

Au sein de la délégation luxembourgeoise, nous avons pu échanger et tisser des liens forts avec d'autres entrepreneurs, dirigeants, conseils et investisseurs. À l'issue de ce voyage, nous avons repris contact avec un très grand nombre de participants. Les échanges pendant la mission économique se sont concrétisés et ont finalement abouti à la contractualisation de des investisseurs et membres de notre conseil d'administration.

En pleine période de recherche de financements, nous avons gagné en visibilité et surtout en crédibilité aux yeux de nos partenaires et futurs investisseurs. Il aurait été plus compliqué de sécuriser notre levée de fonds sans cette mission économique.

Koosmik s'est implanté au Togo, premier pays pilote pour le développement de votre société. Comment ce choix s'est-il imposé ?

Le dernier jour de la mission économique, quand la délégation a regagné le Luxembourg, nous avons poursuivi jusqu'à Lomé (Togo) en voiture. Moments toujours aussi imprévisibles qu'inoubliables, surtout de nuit à la frontière terrestre. Contrairement aux autres startups qui se concentrent souvent sur le Nigéria, le Kenya ou l'Afrique du Sud, nous avons souhaité nous adresser à l'Afrique de l'Ouest, un marché moins concurrentiel. Le Togo est un pays politiquement stable au sein de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UMOA). Il avait aussi la masse critique pour expérimenter une première version du produit, avec ses 8 millions d'habitants. C'est une démarche humble et patiente qui vise à progresser en interne pour améliorer le produit, avant d'envisager une réplification plus large.



L'internationalisation en chiffres

L'année 2019 a été caractérisée par les activités suivantes :

- 9** missions économiques (dont 2 missions officielles)
- 19** délégations étrangères accueillies
- 37** séminaires-pays
- 12** stands collectifs
- 14** visites accompagnées
- 46** journées d'opportunités d'affaires
- 6** bourses de contacts internationales b2fair, ainsi qu'une vaste offre de services de conseil et d'information aux entreprises et de multiples séminaires et conférences.
- 107** entreprises ont participé aux missions économiques organisées en régie propre par la Chambre de Commerce
- 85** entreprises ont participé aux missions officielles organisées en coopération étroite avec les autorités gouvernementales
- 102** entreprises ont participé en tant qu'exposant aux différents stands collectifs organisés par la Chambre de Commerce
- 360** représentants d'entreprises ont participé aux 14 visites accompagnées de salons organisés par la Chambre de Commerce
- 1.500** participants aux conférences à connotation européenne proposées par l'Enterprise Europe Network-Luxembourg.



Luxembourg participe à cette 24e édition avec un pavillon dessiné par le bureau d'architectes Metaform, dont la scénographie est assurée par le bureau lyonnais The Space Factory. Les visiteurs pourront y découvrir à travers un parcours sur différents étages, des informations générales sur le pays, les multiples secteurs économiques, la vie quotidienne et un espace dédié aux nouvelles technologies où le *space mining* sera mis à l'honneur. Une boutique et un restaurant, baptisé Schengen Lounge, termineront le parcours. La Chambre de Commerce mettra en place un vaste programme économique pour les entreprises luxembourgeoises souhaitant participer à l'Exposition Universelle de Dubai. Les différentes activités, organisées au cours des six mois que durera l'exposition, viseront à mettre en lumière les entreprises participantes et les divers secteurs de l'économie luxembourgeoise. Ce programme diversifié et varié couvrira notamment les technologies d'avenir, la construction, le secteur alimentaire, la digitalisation, la mobilité et l'économie circulaire.

■ Plus d'informations : www.cc2020.lu/
www.luxembourgexpo2020dubai.lu

Conseils pratiques pour la continuité des activités à l'international sur fond de crise sanitaire

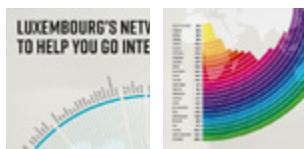
De janvier à avril 2020, le Luxembourg a diminué d'environ un tiers le total de ses exportations et de ses importations de biens commerciaux, selon le baromètre Eurostat publié en juin 2020. Un effondrement général à travers l'UE, qui s'explique par les effets du confinement et de la fermeture des frontières provoqués par la crise sanitaire

mondiale. Selon les dernières estimations publiées par Eurostat, le total des exportations a connu une chute vertigineuse de 34% par rapport à la même période en 2019, soit le pire score parmi les 27 États membres de l'Union européenne. Dans le même temps, le Grand-Duché a connu une baisse de 29% de ses importations, soit la deuxième plus forte diminution au sein de l'Union, derrière Malte.

Dans la phase actuelle de déconfinement et relance économique, l'équipe des Affaires Internationales est à la disposition des entreprises pour les aider à relancer leur activité et adapter leur stratégie.

Voici quelques conseils pratiques et astuces simples et efficaces en ces temps de crise sanitaire :

- Repenser sa stratégie d'internationalisation avec le soutien des spécialistes marchés des Affaires Internationales en prenant rendez-vous avec leurs conseillers ;
- Remettre le cap sur les marchés transfrontaliers et exploiter le potentiel économique de la Grande Région en ligne ;
- Privilégier les marchés de proximité avec l'aide des AEC basés en Allemagne, en Belgique, et en France qui informent des dispositions prises dans ces pays voisins pouvant affecter les entreprises ;
- Chercher des partenaires alternatifs (fournisseurs, transports, distributeurs, etc.) pour diminuer les risques de dépendance, avec l'appui du réseau Enterprise Europe Network et de sa plateforme d'échanges en ligne en matière d'opportunités d'affaires internationales (POD) ;
- Se familiariser avec les marchés publics et consulter les appels d'offres régionaux et



Luxembourg goes international

Découvrez notre poster détachable en fin de magazine.

17. Fin janvier 2020, dans l'immense Dubai World Trade Center, le pavillon luxembourgeois du salon Arab Health a trouvé une place enviable et les six entreprises présentes sur le stand mis en place par le ministère de l'Économie et la Chambre de Commerce n'ont pas laissé indifférent. Le salon Arab Health est la porte d'entrée vers les marchés du Moyen-Orient et de l'Orient, et compte plus de 4.250 exposants venus de 159 pays. La plupart des entreprises présentes prévoient des rendez-vous six mois à l'avance.

© SIP / Jean-Christophe Verhaegen

européens grâce au « Service de veille digitale - Marchés publics » proposé par l'Enterprise Europe Network-Luxembourg et mis gratuitement à disposition jusqu'à fin 2020 ;

- Profiter de cette période pour vous former aux techniques de marketing digital en suivant les formations proposées en ligne par la House of Training ou en suivant les ateliers gratuits proposés par le programme Go Digital de la House of Entrepreneurship.
- Consulter le guide pratique édité par les Affaires Internationales et ses partenaires du réseau Trade & Invest sur www.digitalguide.tradeandinvest.lu

L'internationalisation et la digitalisation, plus que jamais deux enjeux majeurs de la relance économique

Depuis la naissance d'Internet en 1990, le volume des échanges internationaux a explosé, passant de 5.000 milliards de dollars et une contribution équivalente à 24% du PIB en 2014, à 30.000 milliards, soit 39% du PIB, d'après une étude de McKinsey. En pleine pandémie mondiale, se préparer à la reprise est essentiel et les marchés mondiaux constituent un levier stratégique pour rebondir. Alors que les coûts liés aux stratégies traditionnelles d'internationalisation des grandes entreprises - avec installation physique ou acquisition dans le pays ciblé - sont tout simplement prohibitifs, et que la crise sanitaire actuelle nous oblige à repenser la mobilité, l'économie et le travail, le numérique permet de capter de nouveaux marchés extérieurs à moindre frais. Ces outils et technologies accessibles ont fait tomber les barrières géographiques, et permettent de s'adresser à une zone de chalandise sans frontières.

La pandémie n'a pas sonné le glas de l'internationalisation, bien au contraire. L'international est plus que jamais un facteur clé de la bonne santé de nos entreprises et de notre économie dans un contexte d'incertitude et d'instabilité évident. C'est une incroyable opportunité pour ceux qui sauront identifier de nouveaux marchés à conquérir, comprendre les nouveaux comportements et besoins des consommateurs et réinventer leur stratégie dans un monde digital. —

Une check-list pour les missions économiques

Il est essentiel de bien préparer une mission à l'international et de prendre le temps de s'assurer que l'on a tout en main pour réussir. Le service Affaires Internationales propose une check-list, afin que les missions à l'étranger se déroulent dans les meilleures conditions pour les entreprises. Cette check-list n'est pas exhaustive, mais elle relève quelques points importants à prendre en considération avant, pendant et après une mission économique.

Avant

- Inscrivez-vous sur la liste de distribution des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce et/ou suivez la Chambre de Commerce sur les réseaux sociaux pour être informé des missions économiques prévues.
- Rapprochez-vous des Conseillers en charge des marchés qui vous concernent.
- Inscrivez-vous aux missions économiques qui vous intéressent, tout en respectant les délais.
- Réservez votre vol et votre hôtel à temps, en suivant nos instructions et recommandations.
- Si la (les) destination(s) de la mission exige(nt) un visa, renseignez-vous auprès de la Chambre de Commerce sur les modalités d'obtention de ce(s) visa(s).
- Renseignez-vous sur la culture du marché en question. Le conseiller en charge est à votre entière disposition à ce sujet.
- Assistez au séminaire d'information concernant le(s) marchés visés par la mission économique. Celui-ci est généralement organisé dans les semaines qui précèdent le déplacement.
- Faites part de vos souhaits de rencontres B2B ou B2G dans les meilleurs délais afin que nous puissions organiser vos rendez-vous d'affaires dans les meilleures dispositions.
- N'oubliez pas de vous munir de vos cartes de visite, présentations, brochures, échantillons, etc.
- Analysez avec attention le programme de la mission économique et les informations fournies par la Chambre de Commerce (horaires, transports prévus, code vestimentaire...).
- Informez vos clients ou partenaires de votre venue dans le(s) pays visé(s) et invitez-les aux divers événements proposés (forum économique, réception officielle, etc.)
- Renseignez-vous bien au préalable sur les entreprises que vous allez rencontrer dans le cadre des rendez-vous d'affaires organisés pour vous par la Chambre de Commerce.

- Si possible, fournissez une vidéo de présentation de votre entreprise ou un pitch de promotion
- Prévoyez les services d'un(e) interprète et/ou traduisez votre documentation dans la langue du pays visé.

Pendant

- Participez activement aux événements organisés : forum économique, réceptions, visites d'entreprises locales, workshops, visites de salons, rendez-vous d'affaires organisés sur mesure, etc.
- Soyez attentifs à respecter les horaires des rendez-vous d'affaires organisés pour votre entreprise.
- Tenez compte du temps de trajet entre chaque rendez-vous.
- En concertation avec le conseiller en charge de la mission, intégrez vos propres rendez-vous d'affaires dans l'agenda de rencontres que nous vous préparons.
- Saisissez l'opportunité d'intervenir lors d'un forum économique dans le cadre des séances de témoignages d'entreprise.
- Respectez la culture d'affaires locale et adaptez-vous.
- Restez en contact avec les collaborateurs de la Chambre de Commerce et tenez-les informés de vos changements de programme, de vos besoins ou problèmes éventuels.

Après

- Partagez vos impressions, positives ou négatives, et le résultat des rencontres d'affaires.
- Faites le point sur vos rencontres d'affaires avec le conseiller en charge.
- Restez connecté avec les partenaires/clients ciblés et faites le suivi de vos échanges.
- Restez connecté avec les autres membres de la délégation.
- Restez attentif aux événements en lien avec le pays concerné, y compris ceux organisés au Luxembourg.
- En cas de retour positif de vos rencontres, informez la Chambre de Commerce
- Sollicitez la Chambre de Commerce afin de vous accompagner dans le suivi de la mission et poursuivre le développement de vos activités dans le(s) marché(s) ciblé(s).

— BREXIT —

Arriver à un accord commercial reste très incertain

TEXTE Sidonie Paris, Affaires économiques, Chambre de Commerce PHOTO Ludovic Morlat / Unsplash

« Avec la sortie du voisin d'Outre-Manche de l'Union européenne, le Luxembourg perd un marché important et un allié pour l'intégration des marchés financiers. »

Le 23 juin 2016, une majorité de Britanniques se prononçait en faveur de la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. En janvier 2020, Londres faisait ses adieux après 47 années d'un mariage mouvementé. Depuis, plusieurs tours de négociations sur les relations futures entre l'UE et le Royaume-Uni se sont succédé sans toutefois aboutir à de réelles avancées, et ce à moins de 100 jours de la fin de la période de transition fixée au 31 décembre 2020.

Malgré des mois de négociations entre Bruxelles et Londres, les divergences demeurent significatives et les positions restent très figées. La Commission européenne insiste sur la volonté d'établir un *level playing field* (des règles du jeu équitables), afin d'empêcher toute concurrence déloyale du Royaume-Uni aux portes du marché unique. Elle vise la conclusion d'un accord de libre-échange sans quota ni droits de douane, avec un accès réciproque aux zones de pêche, ainsi qu'un partenariat de sécurité. Côté britannique, l'objectif du gouvernement Johnson est de « restaurer l'indépendance économique et politique » du pays et de nouer un accord commercial similaire aux « autres accords de libre-échange existant entre l'UE et d'autres nations souveraines » comme le Canada. Londres ne souhaite pas de relation privilégiée avec ses voisins européens et refuse tout alignement normatif, notamment la prévalence du droit européen et de la CJUE sur les lois britanniques. Si un compromis est finalement trouvé, il devra l'être d'ici fin octobre 2020, afin de laisser suffisamment de temps aux parlements des 27 Etats membres et du Royaume-Uni pour le ratifier, en vue de son entrée en vigueur le 1er janvier 2021.

Des discussions dans l'impasse

Dans ce contexte, la perspective d'un accord

sur les futures relations commerciales et réglementaires entre Bruxelles et Londres semble s'éloigner et le scénario d'un *no deal* - néfaste pour des économies déjà fortement fragilisées par la pandémie de la Covid-19 - se profile à l'horizon. Côté européen, on ne se fait guère d'illusion sur le résultat des négociations. La chancelière allemande Angela Merkel incite l'UE-27 à « se préparer à l'éventualité qu'un accord ne soit pas conclu ». Selon *The Economist*, le gouvernement Johnson n'exclurait pas un *no deal*, d'autant que ses effets délétères sur l'économie pourraient être attribués à la pandémie. Au nom de la souveraineté retrouvée, le gouvernement britannique prend ainsi le risque d'infliger de nouvelles difficultés à ses acteurs économiques alors que le pays est le plus durement touché d'Europe par la Covid-19 avec plus de 46.000 morts comptabilisés et une chute escomptée du PIB de 11,5% en 2020 selon l'OCDE.

Quid des futures relations commerciales en cas de Brexit « dur » ?

En l'absence d'accord, le Royaume-Uni deviendrait un pays tiers et les relations entre les deux parties seraient régies exclusivement selon les principes de l'Organisation mondiale du Commerce (OMC). Concrètement, cela se traduirait notamment par le



Le bras de fer qui se joue entre l'Union Européenne et le Royaume-Uni se traduit en dissensions dans la population britannique.

« La perspective d'un accord sur les futures relations commerciales et réglementaires entre Bruxelles et Londres semble s'éloigner et le scénario d'un 'no deal' se profile à l'horizon. »

rétablissement de formalités douanières, des droits d'accise et de transit ; la réintroduction de contrôles sanitaires à l'import et de la certification sanitaire à l'export ; la fin de la libre circulation des capitaux, des marchandises, des services et des personnes et la fin de la liberté d'établissement ; le rétablissement de certaines barrières réglementaires dont la fin de la reconnaissance mutuelle automatique des qualifications professionnelles et des procédures d'homologation.

Si le Brexit aura a priori un effet largement négatif sur l'économie européenne comme sur l'économie britannique, l'impact est difficile à quantifier à ce stade et dépendra pour une large part de l'issue des négociations et du régime commercial adopté par le Royaume-Uni. D'après un rapport conjoint de la firme de conseil Olivier Wyman et du cabinet d'avocats Clifford Chance publié en 2018, les coûts directs d'un Brexit « dur » pour les entreprises exportatrices des deux côtés de la Manche se chiffrent à 70 milliards d'euros par an environ, dont 37 milliards pour les entreprises européennes et 32 milliards pour les firmes britanniques. Au Royaume-Uni, les services financiers seraient les plus touchés, comptant pour près d'un tiers des coûts liés au Brexit. Au sein de l'UE-27, les industries aérospatiale et automobile devraient être particulièrement impactées, d'autant plus violemment que ce choc viendrait s'ajouter à celui de la pandémie de la Covid-19. Selon cette même étude, un accord dans lequel le Royaume-Uni s'engagerait à respecter les normes réglementaires de l'UE permettrait de réduire l'ampleur de l'impact et de diminuer sensiblement les coûts tant côté UE (17 milliards d'euros) que côté Royaume-Uni (21 milliards d'euros). En 2017, le STATEC estimait à -4,7% en moyenne l'impact du Brexit sur le PIB britannique en cas de Brexit « dur » à court terme. À l'horizon 2030, ce PIB chuterait de 5,4% en l'absence d'accord de libre-échange et de 1,2% dans les scénarios optimistes.

Une situation 'lose-lose'

Outre les coûts engendrés, l'absence d'accord ferait peser une incertitude élevée sur le maintien des flux commerciaux entre

l'Union européenne et le Royaume-Uni. Un Brexit « dur » permettrait au Royaume-Uni de s'exonérer entièrement des règles européennes et d'abaisser ses normes en matière de droit du travail, de protection sociale et de réglementation des produits, pour des motifs de compétitivité et d'attractivité. Dans ces conditions, l'Union européenne pourrait soit revoir ses propres normes à la baisse ou, plus probablement, adopter des mesures de rétorsion qui porteraient atteinte aux relations commerciales entre les deux parties. Au regard des estimations, le Royaume-Uni aurait plus à perdre que l'UE, à court terme, en cas d'absence de compromis. L'Union européenne est de loin le premier partenaire économique du Royaume-Uni. Selon les chiffres d'Eurostat, elle comptait, en 2018, pour 53% des importations britanniques et 47% de ses exportations, l'Allemagne étant le premier fournisseur du Royaume-Uni (14% des achats britanniques). Si le Royaume-Uni entend désormais nouer des accords commerciaux bilatéraux avec les Etats-Unis, l'Australie et le Japon, ces échanges restent néanmoins très inférieurs à ceux avec l'UE. Les échanges commerciaux avec les Etats-Unis pesaient pour 10% de son commerce extérieur en 2018 et pour 7% avec les pays du Commonwealth. En comparaison, le poids du Royaume-Uni comme partenaire commercial des Etats de l'UE-27 est faible : entre 2 et 5% des importations, entre 5 et 9% des exportations selon les pays. Seule l'Irlande, qui entretient des liens commerciaux étroits avec son voisin britannique (26% de ses achats et 11% de ses ventes) serait durement touchée par un *no deal*.

Quelles conséquences pour l'économie du Luxembourg ?

Selon l'indice de sensibilité à un Brexit « dur » établi par l'agence de notation Standard & Poor's, le Luxembourg serait le deuxième pays le plus impacté sur 21 pays analysés, après l'Irlande. De fait, le Grand-Duché entretient des relations économiques étroites avec Londres, notamment dans le secteur financier. Comme souligné par le STATEC, le Royaume-Uni figurait au premier

rang des partenaires financiers du Luxembourg en 2019, devant l'Allemagne, pesant pour 14,5% des exportations totales des services financiers du Grand-Duché et pour 17,4% de ses importations. Cette même année, les exportations de services financiers ont atteint 7,9 milliards d'euros et les importations, 6,4 milliards d'euros.

Avec la sortie du voisin d'Outre-Manche de l'Union européenne, le Luxembourg perd un marché important et un allié pour l'intégration des marchés financiers. Alors que Luxembourg et Londres étaient jusqu'à présent partenaires et complémentaires, les deux centres financiers deviendraient concurrents. Le Grand-Duché craint notamment, en cas d'absence d'accord, la mise en place d'un « Singapour-sur-Tamise » faiblement réglementé aux portes de l'Europe et apte à attirer talents et capitaux étrangers au détriment des capitaux financiers européennes. La prudence est donc de mise, d'autant que les discussions entre Londres et Bruxelles concernant les services financiers patinent. À compter du 1^{er} janvier 2021, les établissements de la City perdront le « passeport financier » leur permettant d'opérer dans l'Union européenne et de traiter des titres en euros. Afin de poursuivre leurs activités, il leur faudra obtenir des « équivalences » de la Commission européenne, pour une durée variable. Le négociateur en chef de l'UE, Michel Barnier, soulignait le 30 juin qu'il ne fallait pas se faire d'illusion, « *le Royaume-Uni va s'écarter de notre cadre réglementaire, c'est même l'une des raisons d'être du Brexit* ». Cela étant, reste à savoir comment le Royaume-Uni entend faire évoluer sa réglementation financière et quel sera le poids des services financiers britanniques sur le continent. —

Transformez votre passion en business

Visitez ing.lu/business



— SANTÉ —

Un secteur aux multiples atouts pour le Luxembourg

TEXTE Laure Demezet et Lucie Martin, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Le secteur de la santé est au cœur de toutes les attentions depuis le début de la pandémie liée à la Covid-19. Dans sa publication *Actualité & tendances n°25*, la Chambre de Commerce énonçait un certain nombre d'idées pour une relance créant un cadre propice pour les entreprises. Parmi elles, la création d'une *Medical Valley* et d'une *Medical School*. Mais quel est l'état de ce secteur au Luxembourg et existe-t-il une véritable industrie de la santé en Europe ?

Dans son plan de relance à moyen-long terme, la Chambre de Commerce relève la pertinence de bâtir un « *écosystème santé* » au Luxembourg. Il s'agirait de développer une véritable *Medical Valley*, nouveau pôle de diversification et d'expertise pour le pays, qui graviterait autour d'une *Medical School* à la luxembourgeoise proposant un enseignement supérieur complet en matière médicale, qui renforcerait l'offre médicale future, aujourd'hui en déclin, ainsi que son ancrage au Luxembourg, et favoriserait l'avènement d'un « *hub médical* » aux retombées économiques indéniables.

Un secteur clé

Le Luxembourg possède déjà des atouts pour se lancer dans cette voie avec des acteurs privés performants regroupés au sein de la *House of BioHealth*, ou encore le *Luxembourg Institute of Health (LIH)*. Cependant, dans le cadre de la relance post-Covid-19, la Chambre de Commerce estime que des améliorations sont encore possibles, à savoir le renforcement des efforts de recherche publique en matière de santé, l'introduction de crédits d'impôt

recherche à destination des investisseurs privés du secteur et l'appui sur les capacités futures du supercalculateur luxembourgeois. Il conviendrait notamment d'anticiper le risque de futures pénuries d'infirmiers et de médecins au travers d'une analyse fine de la démographie médicale et d'un plan d'action décliné autour de la sensibilisation du public aux professions de la santé, de renforcer l'évaluation des technologies de la santé disponibles au Luxembourg, d'analyser l'évolution à moyen terme (à 10 ans au moins) en matière d'infrastructures et de dépenses associées en se basant notamment sur l'observatoire de la santé, et sur cette base, de redéfinir les activités de l'assurance maladie-maternité. Il s'agit également d'identifier les forces et faiblesses relatives à notre système de santé tout en réfléchissant à une complémentarité entre ce dernier et ses équivalents dans les pays limitrophes. La crise sanitaire a mis en lumière le facteur prépondérant de la coopération internationale, en particulier au sein de l'Union européenne. Il faut donc favoriser l'harmonisation européenne des protocoles et procédures et prévoir un élargissement des compétences de l'Union européenne en matière de santé sur base d'actes juridiquement contraignants. La Chambre de Commerce propose ainsi de tirer les premières leçons de cette période inédite en allégeant les contraintes dans les domaines importants pour la Grande Région, tels que ceux touchant à la santé, et estime que la coopération régionale et internationale doit être partie intégrante de la stratégie du Grand-Duché sur le plan de la recherche médicale et de la formation en la matière.

État des lieux

La période actuelle est propice aux remises en question, mais aussi aux états des lieux. Le système de santé luxembourgeois

est considéré comme l'un des plus performants au monde du fait que plus de 95,2% des habitants sont couverts par une assurance maladie. Cependant, à y regarder de plus près, certains indicateurs Eurostat pour l'année 2018 indiquent que l'espérance de vie à la naissance est de 80,1 ans pour les hommes (11^e rang européen) et de 84,6 ans pour les femmes (6^e rang européen). Le pays compte un peu plus de 450 lits d'hôpitaux disponibles pour 100.000 habitants (16^e rang européen, derrière la moyenne de l'Union européenne qui est de 538 lits). En outre, le nombre de médecins exerçant leur profession pour 100.000 habitants était de moins de 300 en 2017, plaçant le Luxembourg à la 29^e place des pays européens. On comprend mieux, au regard de ces chiffres, la marge de progression latente, d'autant que le potentiel du secteur est considérable. Outre l'existence d'un puissant écosystème de financements présent sur le territoire, les dépenses totales annuelles de santé correspondent à plus de 5.220 euros par habitant, le Luxembourg figurant sur ce critère à la 4^e place des pays européens derrière la Norvège, l'Islande et le Danemark. D'autre part,

« *Le Luxembourg possède déjà des atouts pour se lancer dans cette voie avec des acteurs privés performants regroupés au sein de la House of BioHealth, ou encore le Luxembourg Institute of Health (LIH).* »





01. L'écosystème santé du Luxembourg compte déjà quelques pépites dont de nombreux laboratoires modernes et performants.

02. La *House of BioHealth*, située à Esch-sur-Alzette, à proximité de l'Université du Luxembourg, regroupe sur 9.500 m² des espaces de travail et des laboratoires pour entreprises et startup du secteur de la santé.

de la *Euro Health Consumer Index* (EHCI) de 2018, qui compare les systèmes de santé européens selon des critères tels que le temps d'attente, les résultats et les ressources, classait le Luxembourg, pays le plus riche d'Europe, en 7^{ème} position. L'analyse faite par l'EHCI conclut que le Grand-Duché a depuis longtemps capitalisé sur sa position centrale en Europe, du fait que le secteur public autorise ses citoyens à aller chercher des soins médicaux dans les pays voisins. Par conséquent, il est possible que les citoyens reçoivent de meilleurs soins que ce que montrent les résultats de l'index, puisque de nombreux soins sont pratiqués à l'étranger et donc choisis en fonction des compétences. Le secteur accuserait ainsi une légère dépendance aux systèmes de santé étrangers. Ce sentiment est renforcé par le constat d'un secteur fortement dépendant de la main-d'œuvre frontalière. En effet, l'un des arguments phares en pleine crise sanitaire pour ne pas fermer complètement les frontières avec les pays voisins était celui du passage des employés du secteur pour venir travailler au Luxembourg. Sans cela, le système de santé luxembourgeois aurait certainement été moins à même de venir en aide à certains de ses voisins, notamment concernant l'accueil des patients atteints de la Covid-19.

Les statistiques de 2018 publiées par le *HealthTech Cluster*, géré par Luxinnovation, et rassemblant les acteurs nationaux impliqués dans les technologies médicales innovantes, soulignent que le secteur des technologies de la santé a généré 175 millions d'euros de plus-value au Luxembourg en 2016, employé 1.600 personnes et qu'il compte 131 entreprises actives dans des domaines tels que le diagnostic et l'équipement médical ou le

bio-pharmaceutique. Si le secteur est encore jeune (50% des entreprises ont été créées il y a moins de huit ans), le potentiel de croissance est important.

Les « medical valleys » en Europe

En Europe, un certain nombre de clusters axés sur l'industrie de la santé, spécialisés dans les biotechnologies (médicaments et thérapies innovantes), les technologies médicales (rencontre entre l'écosystème numérique et l'écosystème santé), le diagnostic médical (combiné à l'intelligence artificielle) et l'e-santé ont vu le jour. Parmi eux figurent la *Health Valley* néerlandaise (dans les provinces de Gelderland, d'Overijssel et du Noord Brabant) créée en 2004, la *Health Valley* suisse (essentiellement en Suisse romande) en plein essor depuis 2003, ou encore le cluster trinational *BioValley* fondé en 1996, situé en France (anciennement région Alsace), en Allemagne (autour d'Offenburg, Freiburg, Lörrach, Rheinfelden et Weil) et en Suisse (région de Bâle). Ce dernier illustre les nombreuses opportunités et innovations créées par la coopération internationale au niveau régional. Il n'est dès lors pas étonnant de voir que la Suisse et les Pays-Bas figurent par ailleurs sur le podium de l'*Euro Health Consumer Index* (EHCI) de 2018.

La principale force de ces clusters réside dans le fait de pouvoir s'appuyer sur les compétences et l'aide de collectivités locales, d'institutions de financement, de l'Union européenne, de structures académiques et privées, d'instituts de recherche, ainsi que de nombreuses entreprises et startups dans les domaines de la santé. Un réseau aussi large

fait émerger des collaborations fructueuses et permet aux entreprises de créer des technologies innovantes, indispensables à la santé de demain, mais onéreuses à développer « seul ». Ces clusters accompagnent notamment les entreprises dans leurs démarches, les mettent en relation avec des partenaires potentiels et les promeuvent à l'international pour leur faire gagner en visibilité et en opportunités.

En examinant la Suisse de plus près, on constate qu'elle a saisi depuis de nombreuses années le potentiel de l'industrie de la santé et du secteur pharmaceutique pour sa croissance économique. Elle est d'ailleurs le pays dont le secteur des technologies médicales contribue le plus au PIB national. Ainsi, la *BioValley* comprend 40 institutions scientifiques, 900 entreprises - dont 40% des plus grandes sociétés pharmaceutiques du monde - 50.000 emplois et pas moins de 100.000 étudiants. De son côté la *Health Valley*, compte plus de 935 sociétés et 25.000 emplois, dont environ 5.000 chercheurs et scientifiques spécialisés. Un secteur en plein essor et créateur d'emploi donc.

Dans sa démarche de diversification de l'économie, le Luxembourg est en bonne voie, notamment avec la création du cluster *HealthTech*. Une plus grande collaboration avec les acteurs de la Grande région est cependant primordiale afin de faire davantage émerger le potentiel du secteur de la santé. Comme l'explique la directrice de la *Health Valley* néerlandaise, Chris Doomernik, « au sein du réseau [du cluster], différents partenaires se connectent. Les connexions mènent à des collaborations. Les collaborations mènent à l'innovation. L'innovation mène à la croissance économique. » Tout est dit. ■

« Il conviendrait notamment d'anticiper le risque de futures pénuries d'infirmiers et de médecins au travers d'une analyse fine de la démographie médicale. »

STUDY WHILE WORKING

A WIN-WIN SOLUTION FOR PROFESSIONALS WHO WANT TO FURTHER THEIR CAREER WITH AN ACADEMIC DEGREE



DISCOVER OUR BACHELOR AND MBA PROGRAMMES

Bachelor Business Administration (B.A.)

For professionals wanting interdisciplinary know-how in business administration and management

MBA

For experts and managers wanting to acquire strategic managerial expertise to pursue new career opportunities



In cooperation with



An initiative of:



Find out more about the programmes in our monthly information sessions.
For more details go to www.isec.lu or contact us directly:
(+352) 46 50 16 1 • info@isec.lu
The courses take place at the Luxembourg Chamber of Commerce.

FOLLOW US:    @CCLUXEMBOURG

— DIALOGUE SOCIAL —

La tripartite, une histoire luxembourgeoise

TEXTE Jean-Baptiste Nivet, Affaires économiques, Chambre de Commerce

La première tripartite a vu le jour en 1977 à la faveur de la crise du secteur sidérurgique. Elle a notamment permis à celui-ci de rester un des fleurons de l'économie luxembourgeoise.



Le modèle du dialogue social luxembourgeois est caractérisé par l'existence de la tripartite, qui est au cœur de la vaste transformation économique du pays sur les quatre dernières décennies. L'histoire de ce modèle n'est pourtant pas exempte de soubresauts. La crise si particulière de 2020 pourrait être l'occasion d'un rapprochement entre partenaires sociaux pour renouer avec l'esprit des origines de la tripartite.

Temps de crise oblige, le Comité de coordination tripartite est de nouveau au centre de l'actualité. Sa réunion du 3 juillet dernier au château de Senningen a fait la Une des journaux et abouti à de premières propositions concrètes pour assurer le maintien de l'emploi et lutter contre le chômage durant les prochains mois. Pourtant, la tripartite était de plus en plus décriée au fil des années, subissant parfois des critiques légitimes. Histoire d'une institution unique qui a accompagné, voire provoqué, les évolutions socio-économiques du Grand-Duché depuis les années 1970.

La crise des années 70, l'acte de naissance

Présenté comme un « *acquis social et politique* » sur le site officiel du Grand-Duché de Luxembourg, la tripartite naît de la crise de son principal secteur économique de l'époque, la sidérurgie. C'est en effet en 1977 que se tient la « conférence tripartite sidérurgie » qui a pour objectif d'élaborer « *un plan d'action pour le maintien de la croissance économique et du plein emploi* ». Le « Comité de coordination tripartite » entre dans la loi à la fin de cette même année. Cette institution, qui est convoquée en cas d'aggravation de la situation économique et sociale dans le pays, aboutit à un premier accord portant sur la

« Au plus fort du confinement, le Gouvernement a instauré de nombreuses mesures dans l'urgence, ne donnant alors au maximum que quelques jours aux représentants syndicaux et patronaux pour réagir. »

modernisation du secteur sidérurgique. Cet accord aura d'importantes répercussions positives pour la sauvegarde du secteur- l'entreprise Arcelor Mittal est encore aujourd'hui un fleuron de l'économie luxembourgeoise- et des emplois.

Selon Franz Clément, Docteur en sociologie au LISER, les deux grandes réussites de la tripartite à cette époque sont la préparation de la main-d'œuvre ouvrière aux évolutions de la filière et la reconversion économique du pays vers le secteur financier. Ces réussites sont illustrées par les trajectoires opposées entre le Grand-Duché et les régions voisines, elles-aussi spécialisées à l'époque dans la sidérurgie. Le bilan des premières années d'existence de la tripartite est toutefois à nuancer. Dès le début des années 80, la conférence tripartite sectorielle sur la sidérurgie donne lieu à des échecs et à l'impossibilité pour les partenaires sociaux de parvenir à un accord global, obligeant le Gouvernement à prendre ses responsabilités et à définir un nouveau plan d'envergure de soutien du secteur.

Une tripartite proteiforme

La tripartite s'est construite par l'intermédiaire de multiples institutions, aux missions et fonctionnements variés, dont certaines ont aujourd'hui disparu. En 2020, le Comité de coordination tripartite en constitue en quelque sorte l'institution emblématique, du fait du rôle majeur qu'il a pu avoir lors des principales crises économiques subies par le Luxembourg. Il en existe une déclinaison sectorielle sous la forme de la Conférence tripartite sidérurgie. Le Comité permanent du travail et de l'emploi a été créé plus récemment, en 2007. Il est un rendez-vous régulier des partenaires sociaux et du Gouvernement, qui traite de l'emploi au sens large : évolution, chômage, conditions de travail, de sécurité et de santé des travailleurs. Le Comité de conjoncture se réunit

quant à lui mensuellement pour évaluer la situation économique et du marché du travail, et émettre ses avis sur les demandes de chômage partiel des entreprises. Enfin, le Conseil économique et social (CES), créé en 1966, fait office de précurseur de la tripartite puisqu'il réunit partenaires sociaux et hauts fonctionnaires. Organe consultatif du Gouvernement, il apporte encore aujourd'hui ses contributions sur les débats socio-économiques essentiels, comme tout récemment le travail transfrontalier ou la fiabilité des données macroéconomiques. Au-delà de l'existence de ces différentes institutions, le rôle de la tripartite prend des formes multiples, selon les circonstances socio-économiques où elles se révèlent pertinentes. C'est ce que met en avant Franz Clément, évoquant l'implication du Comité de coordination tripartite dans la rédaction du plan d'action national en faveur de l'emploi de 1999. L'importance du rôle des partenaires sociaux dans l'élaboration de ces plans demandés par l'Union européenne est alors unique parmi les Etats membres.

Un modèle mis en pause

Cependant, la capacité de la tripartite à remplir son rôle ne va pas de soi. C'est notamment le cas lorsque les enjeux économiques et sociaux sont moins prégnants. Ainsi, la tripartite n'a que peu contribué aux évolutions économiques et sociales depuis les années 2008, et notamment à la relance suite à la double crise économique : celle des *subprimes*, puis celle de la dette dans la zone euro. Pour Franz Clément, la tripartite fût « *un peu en état de mort clinique* » durant une décennie. Les positions des syndicats et du patronat s'étaient alors éloignées, avec d'un côté la défense des acquis sociaux et de l'autre la volonté d'apporter plus de flexibilité aux entreprises dans un contexte international de plus en plus compétitif. Un bon fonctionnement de la tripartite

repose sur une volonté commune d'arriver à des solutions pour renforcer la prospérité du Luxembourg. Cette volonté commune a alors davantage peiné à émerger.

La pertinence du bilatéralisme a été mise en avant à l'automne dernier, lorsque, en raison de certaines impasses du Comité permanent du travail et de l'emploi, les représentants patronaux ont proposé de nouvelles méthodes de travail reposant sur des échanges directs, et surtout séparés, entre le Gouvernement et les deux camps des représentants sociaux. Après quelques semaines d'un débat houleux, le Comité permanent a repris ses réunions entre partenaires sociaux.

De retour en ces temps de crise ?

Le retour de la tripartite n'a pas eu lieu dans les premiers temps de la crise. Au plus fort du confinement, le Gouvernement a instauré de nombreuses mesures dans l'urgence, ne donnant alors au maximum que quelques jours aux représentants syndicaux et patronaux pour réagir. À l'heure de protéger au plus vite le tissu économique et les emplois, les échanges informels sont légions et le bipartisme l'emporte. Toutefois, les choses évoluent début juillet. Un premier Comité de coordination tripartite se tient et aboutit à de nombreuses propositions dans une atmosphère constructive entre syndicats et patronats. Des mesures concrètes sont élaborées pour soutenir la formation et l'apprentissage, le maintien des emplois, l'entrepreneuriat, l'employabilité des personnes et l'investissement des entreprises. Devant l'ampleur de la crise actuelle, il ne s'agit que d'un début.

La tripartite est ainsi un outil plus efficace pour préparer la relance que pour gérer la crise dans l'immédiat, où la prise de décision rapide l'emporte sur les négociations. La tripartite est loin d'être enterrée et continuera à accompagner les mutations socio-économiques du Grand-Duché. Un Grand-Duché qui, parions-le, saura montrer une fois encore sa capacité d'adaptation et d'action face aux défis qu'il doit affronter. —

« La réunion du Comité de coordination tripartite du 3 juillet dernier au château de Senningen a fait la Une des journaux. »

Show and tell

«Les priorités dessinées par la situation pour obtenir une économie encore plus robuste et résiliente : renforcer l'attractivité du pays pour accélérer sa diversification, et soutenir la compétitivité des entreprises et secteurs existants.»



01

01. 02. Carlo Thelen, Luc Frieden et Laurent Schonkert ont présenté les idées de la Chambre de Commerce pour une relance durable, idées compilées dans la publication *Actualité & tendances* n°25 «Des idées pour la relance – Un cadre propice pour les entreprises».

03. Redonner de la confiance aux consommateurs et aux autres acteurs économiques du pays est l'un des objectifs des mesures préconisées.



03



02

— ACTUALITÉ ET TENDANCES —

Le plan de relance de la Chambre de Commerce

TEXTE Laure Demezot, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz et Polina Sushko / Unsplash

Le 15 juillet dernier, à l'aube des congés estivaux, la Chambre de Commerce a présenté ses idées pour une relance robuste et durable, bénéficiant à toutes les entreprises, lors d'une conférence de presse réunissant Luc Frieden, Président de la Chambre de Commerce, Carlo Thelen, Directeur Général, et Laurent Schonkert, membre élu et Président de la Commission Economique. Regroupées autour de 5 leviers d'action, l'ensemble des recommandations de la Chambre de Commerce est compilé au sein de la 25^e édition de sa série de publications « *Actualité & tendances* ».

La conférence de presse du 15 juillet avait plusieurs objectifs. Dans un premier temps, présenter un état des lieux de la crise économique, et surtout de ses impacts. Luc Frieden a précisé les priorités dessinées par la situation pour obtenir une économie encore plus robuste et résiliente : renforcer l'attractivité du pays pour accélérer sa diversification, et soutenir la compétitivité des entreprises et secteurs existants. Carlo Thelen a ensuite présenté les recommandations de la Chambre de Commerce pour une relance durable autour de 5 piliers d'action : l'adaptation du cadre structurel au nouveau contexte économique, la nécessité d'investir massivement, en particulier dans des domaines clés de la croissance qualitative et durable, l'innovation pour accélérer les transitions en cours, le soutien à l'emploi et à la compétitivité-talent et enfin, la stimulation de la relance à travers une fiscalité attractive. Par la suite, quelques recommandations sectorielles ont été énoncées pour les secteurs particulièrement touchés, tels que l'hôtellerie-restauration ou le commerce. Enfin, Laurent Schonkert a souhaité mettre l'accent sur la confiance des acteurs économiques, notamment celle des consommateurs et la nécessité de la

restaurer. La confiance des dirigeants d'entreprises avait notamment pu être mesurée lors de la dernière édition du Baromètre de l'Economie de la Chambre de Commerce *Les entreprises face à la crise*, à la fin du 1^{er} semestre 2020.

Lors de la conférence de presse, de nombreuses idées ont été développées, telles que la création d'une *Medical Valley*, l'accélération des transitions digitales et environnementales, le soutien accru à l'apprentissage, ou encore l'augmentation de la valeur faciale des chèques-repas... Toutes ces idées et recommandations sont reprises dans la publication *Actualité & tendances* n°25 «Des idées pour la relance – Un cadre propice pour les entreprises». Celles-ci pourront servir de guide pour une rentrée qui s'annonce centrée sur un objectif : limiter la destruction des emplois et de la substance économique tout en saisissant des opportunités pour l'avenir. —

UNLEASH YOUR CREATIVE SPIRIT!



**HOLD YOUR
EVENT AT
THE HOUSE
OF STARTUPS***

* Within the Covid-19 safety measures

WORKSHOPS - CONFERENCES - HACKATHONS

Contact us for more information:

House of Startups

9, rue du laboratoire // L-1911 Luxembourg // event@host.lu

HOUSE OF **STARTUPS**

powered by the Luxembourg Chamber of Commerce

**CHAMBER
OF COMMERCE**
LUXEMBOURG

FOLLOW US: [t](#) [f](#) [i](#) [n](#) @HOST_LU / @CCLUXEMBOURG

WWW.HOST.LU / WWW.CC.LU

The Eye of the Economist



Page coordonnée par l'équipe des Affaires économiques de la Chambre de Commerce

Croissance



Plan de relance européen : 100 millions pour le Luxembourg.

Au terme de quatre jours d'après discussions en juillet 2020, les 27 États membres de l'Union européenne ont trouvé un accord sur un plan de relance européen post-coronavirus de 750 milliards d'euros, financé pour la première fois par un endettement commun, adossé à un budget européen de 1.074,3 milliards d'euros pour la période 2021-2027. Sur les 750 milliards, le Luxembourg disposera *a priori* d'une enveloppe de 100 millions d'euros. La nature de cette somme - prêts ou subventions - n'a, pour l'heure, pas été communiquée. —

Innovation



La destruction créatrice post-COVID ?

Croissance en berne, chômage et faillites risquent d'être fréquents dans les prochains mois, et toucheront en particulier les entreprises les moins productives, tout en renforçant les plus innovantes. Preuves en sont General Motors (1908), Microsoft (1975), Alibaba (2003) et Airbnb (2008) qui se sont développées en pleine crise. Lors de la relance, les entreprises vont devoir réapprendre la façon dont elles ont innové au cours des dernières décennies et trouver de nouveaux modèles économiques. Mais tout est possible, des changements d'habitudes ont été réalisés en quelques mois, alors qu'ils auraient pris des années en temps normal. La contrainte a parfois du bon. —

Tourisme



Le tourisme en zone rouge.

Après 1,16 million d'arrivées dans ses établissements d'hébergement en 2019, dont 52% sur la période avril-août, le secteur touristique du Luxembourg a enregistré un total de 15.000 arrivées en 2020 pendant les deux mois d'avril et de mai, contre environ 202.000 en 2019. Malgré des réductions de prix et une reprise de l'activité qui s'annonçait plus prometteuse, les nouvelles restrictions de certains pays ont ensuite amené le taux d'occupation moyen des établissements d'hébergement à un niveau inférieur à 30% courant juillet. En pleine saison estivale, le secteur du tourisme continue donc à souffrir particulièrement. —

Emploi



Des effectifs en hausse chez les principaux employeurs.

Le classement des principaux employeurs a été publié ce mois de juillet par le STATEC. Les groupes POST et CFL conservent les deux premières places avec, respectivement, 4.650 et 4.510 collaborateurs au 1^{er} janvier 2020. La principale tendance du classement est la croissance des effectifs des plus grandes entreprises du pays. Ainsi, 500 personnes de plus travaillent chez Amazon par rapport à 2019. L'effectif de Dussmann Luxembourg a augmenté de 200 salariés, celui du groupe Cactus de 100. La hausse concerne 60 emplois pour PwC. Alors que les effectifs d'Arcelor Mittal ont eu tendance à se réduire ces dernières années, ils ont connu un rebond par rapport au 1^{er} janvier 2019, passant de 3.810 à 3.900 personnes. —

Environnement



Le Luxembourg parmi les meilleurs élèves en recyclage de piles usagées.

Troisième. C'est le classement du Luxembourg parmi les États membres de l'UE en matière de collecte pour recyclage de piles et d'accumulateurs. D'après Eurostat, en moins d'une décennie, l'UE a vu bondir son taux de collecte (par rapport aux ventes) d'en moyenne 13% pour atteindre 48% en 2018. Au Luxembourg, ce taux est de 69%, soit 12% de plus que l'année précédente ! Le pays se situe ainsi devant la Belgique (62%) et après la Croatie (96%) et la Pologne (81%).

Les nombreuses bornes de collecte facilement accessibles portent donc leurs fruits. Cela est d'autant plus important que les piles contiennent des métaux toxiques pouvant polluer les écosystèmes si elles ne sont pas recyclées ! —

In a Nutshell

Point de conjoncture

C'est le taux de chômage de la zone euro en juin 2020. Il a connu une légère hausse par rapport au mois de mai (7,7%), en ligne avec l'évolution observée pour l'ensemble de l'UE, où le taux est passé de 7% à 7,1% sur la même période. La situation en Europe se compare ainsi favorablement à celle des États-Unis, où le taux de chômage s'est chiffré à 10,2% en juillet 2020, mais l'impact de la COVID-19 sur le chômage des jeunes européens se manifeste déjà. Il a atteint 16,8% dans l'UE et 17% dans la zone euro au mois de juin, contre 16,2% et 16,5% en mai.

« En comparaison avec le même trimestre de l'année 2019, le PIB corrigé des variations saisonnières a enregistré une baisse de 15,0% dans la zone euro et de 14,1% dans l'UE au 2^e trimestre de 2020. »

Eurostat



Photo: BronxLab © IMS Luxembourg



dayCARE 2020 :
L'avenir, c'est maintenant !

ÉLU LAURÉAT
La philanthropie
ÇA MARCHÉ!

Le 28 octobre, c'est le dayCARE!
Préparez votre entreprise pour l'économie de demain avec un engagement social.
Informez-vous sur www.daycare.lu

En coopération avec



En partenariat avec



Ce projet bénéficie du soutien de



The world
is changing.
It's Time
to understand
why.



LUXEMBOURG TIMES

We question. We cover. We connect.

LUXTIMES.lu

— DROIT FISCAL —

Nouvelles règles TVA en matière de commerce électronique en 2021, soyez prêts !

TEXTE Affaires juridiques, Chambre de Commerce

PHOTO Igor Miske / Unsplash

Alors que le Conseil de l'Union européenne (UE) a adopté, début juillet, une décision visant à octroyer un délai supplémentaire pour la mise en œuvre de la deuxième phase du «paquet TVA e-commerce» en raison de la pandémie de la Covid-19, la Chambre de Commerce saisit l'occasion pour revenir sur ces changements applicables à partir de juillet 2021, et non plus au 1^{er} janvier 2021 comme initialement prévu. Au regard de la complexité des règles, seuls les principes généraux seront abordés, les entreprises concernées restant bien avisées de s'enquérir sur leur situation individuelle auprès de leur conseiller.

«Le montant de vente que pourra réaliser une entreprise luxembourgeoise en appliquant la TVA luxembourgeoise sera sensiblement réduit.»

— Sous les phénomènes combinés et accélérés de dématérialisation des prestations de services et de multiplication des ventes à distance de biens, les règles classiques permettant de déterminer la localisation d'une opération, et donc le pays dans lequel est due la TVA, se sont révélées inadéquates. Ainsi, en matière de prestations de services, il a été retenu de faciliter la taxation dans le pays où réside le consommateur et non plus dans l'État membre d'établissement du fournisseur.

La présente chronique se limitera à donner un aperçu des seules opérations (prestation de services et vente de biens par internet, les cas échéants via une plateforme) effectuées entre un assujetti et un consommateur final.

Une évolution par vagues successives

Les premières mesures de modernisation du système ont été réservées aux services de télécommunication, radiodiffusion, télévision et aux services fournis par voie électronique (TRTSE) et sont venues modifier la règle de localisation de ce type de services au profit de la localisation de l'opération dans l'État membre de consommation du service. En accompagnement de cette nouvelle règle, a été introduite la possibilité, initialement limitée aux prestataires établis hors UE en

2003 et étendue ensuite en 2015 à tous les prestataires TRTSE établis dans l'UE, de s'immatriculer uniquement auprès de l'État dans lequel ils sont établis (ou qu'ils élisent dans le cas des prestataires hors UE). Cette faculté, appelée «guichet unique» (ou «One Stop Shop – OSS»), permet de déclarer dans cet État seulement la TVA collectée au taux applicable dans l'État du consommateur, fut-il différent, avec obligation de reverser la TVA aux autres États membres en conséquence. Le guichet unique remplace donc les immatriculations multiples.

Ces premières vagues ont été suivies par une plus conséquente et largement réservée à l'e-commerce de biens fin 2017, avec la Directive 2017/2455 dont la mise en œuvre se fait en deux étapes : 2019 et 2021. Les dispositions mises en œuvre pour 2019 peuvent se résumer comme suit :

- En matière de localisation des prestations de services, retour à la case départ pour les prestations dont le total réalisé hors de l'État membre d'établissement ne dépasse pas le seuil de 10.000 euros : application de la TVA du lieu d'établissement du prestataire avec possibilité d'opt-out (peut être intéressant par exemple quand le taux de TVA de l'État de résidence du consommateur est inférieur à celui du lieu d'établissement du prestataire).



« Le Conseil de l'Union européenne (UE) a adopté une décision visant à octroyer un délai supplémentaire pour la mise en oeuvre de la deuxième phase du paquet TVA e-commerce »

- Retour à la case départ également en matière de règles de facturation qui redeviennent celles de l'État d'établissement du prestataire.
- Assouplissement des règles de preuve dans la détermination de la localisation de la résidence du client pour les entreprises dont le montant des prestations n'excède pas 100.000 euros HTVA.
- Faculté pour les prestataires non-établis dans l'UE de bénéficier du guichet unique même s'ils sont identifiés à la TVA dans un Etat membre pour d'autres opérations.

Les dispositions à mettre en œuvre pour le 1^{er} juillet 2021 sont beaucoup plus orientées vers les ventes à distance de biens.

La vague de 2021

Changement n°1 : Règles de localisation des ventes de biens au-delà du seuil de 10.000 euros

La TVA du lieu d'établissement du consommateur s'applique désormais également aux ventes de biens, et non plus seulement en matière de prestation de services dématérialisés, dès lors que le seuil de 10.000 euros de ventes hors du pays d'établissement du vendeur est dépassé. Jusqu'à ce seuil y compris, les ventes resteront soumises à la TVA du lieu où se trouvaient les biens au départ du transport avec possibilité d'*opt-out*. Ce seuil unique remplacera le cumul de

seuils (en général de 35.000 euros) actuellement applicables dans les différents Etats membres. Le montant de vente que pourra réaliser une entreprise luxembourgeoise en appliquant la TVA luxembourgeoise sera donc sensiblement réduit.

Changement n°2 : Extension du guichet unique à de nouvelles catégories de services mais également aux ventes à distances de biens dans l'UE

Si le seuil de 10.000 euros de vente précité est dépassé, le vendeur de biens aura la possibilité d'utiliser le guichet unique, qui s'ouvre également aux prestataires de services fournis à des consommateurs résidants dans un autre État-membre lorsque ces prestations de services sont réputées être localisées dans un autre État membre de l'Union européenne que celui du prestataire. Ce changement entraîne d'autres dans son sillage, à savoir :

Sous-changement 2.1 : Possibilité de corriger une déclaration pendant 3 ans dans une déclaration ultérieure sans devoir déposer une déclaration rectificative *ad hoc*.

Sous-changement 2.2 : Allongement du délai de dépôt de la déclaration de 15 à 25 jours.

Sous-changement 2.3 : Dispense d'émettre une facture en cas d'utilisation du guichet unique, comme c'était déjà le cas pour les services TRTSE.

Changement n°3 : Importations de biens

Sous-changement n°3.1 : Introduction d'un régime de ventes à distance de biens importés d'une valeur inférieure à 150 euros. Pour les ventes à distance de biens importés de pays tiers vers l'UE par des sociétés établies ou représentées par un intermédiaire établi dans l'UE ou des sociétés établies hors UE et non représentées par un intermédiaire européen mais s'il existe un accord d'assistance mutuelle entre l'État dont elles ressortent et l'UE, il n'y aura pas de TVA à l'importation mais, le fournisseur devra appliquer la TVA du pays de destination à son client. Ce régime ne s'appliquera pas à toutes les importations de biens, ainsi, notamment, les biens soumis à accises en sont exclus ainsi que les envois d'une valeur intrinsèque dépassant 150 euros, seuil à partir duquel une déclaration en douane complète sera requise lors de l'importation. En outre, l'exonération de la TVA à l'importation de biens de moins de 22 euros sera supprimée.

Sous-changement n°3.2 : implication des plateformes électroniques dans la collecte de la TVA.

S'agissant des ventes à distance de biens importés pour une valeur ne dépassant pas 150 euros, l'opérateur de la plateforme est réputé recevoir, puis fournir le bien.

S'agissant des livraisons de biens dans l'UE réalisées par des vendeurs qui ne sont pas établis dans l'UE—et quelle que soit la valeur des biens en question—l'opérateur de la plateforme est là-aussi réputé recevoir, puis fournir les biens lui-même. Ces nouvelles règles s'appliquent lorsque l'opérateur est réputé avoir facilité ces opérations. —

74

Merkur — SEPT • OCT 2020

Business Voices



— TECHNOLOGY —

Can anyone stop the Zoom boom?

TEXT Michael Cogley / The Telegraph / The Interview People
PHOTOS Chris Montgomery – Tina Whitterspoon

The video-conferencing app has reported a monumental start to the year with its valuation more than trebling to \$61bn.

It's a question millions of people have been asking every day during lockdown: 'Are you free to Zoom later?' The video conferencing app has achieved every marketer's dream, by rapidly entering common parlance just like 'I'll Google it' or 'let me get an Uber'. Even the less technologically savvy have become big users of its intuitive service.

Founded by chief executive Eric Yuan*, Zoom has done its name justice and soared in value in a remarkably short space of time. The videoconferencing app has been the big winner from lockdown. Its share price has trebled in value since the start of the year to \$210 (£164) and its valuation now stands at \$61bn - more than twice that of Twitter. As Microsoft, Google, and Cisco slugged it out for control of the same market with

more expensive and cumbersome products of their own - Zoom came from nowhere to covertly scale up its offering without alerting rivals. 'I think Zoom is on the track of becoming the Google of videoconferencing,' says, David Madden, an analyst at CMC Markets. 'The way technologies seem to go is there is one player that completely crushes it, as Google did with search engines. In my view it's Zoom's crown to lose.'

Zoom joined Netflix in making a mockery of analyst expectations, which were themselves intensely optimistic about their ability to grow market share during lockdown. Revenue for the three months to the end of April climbed to \$328.2m, a 169pc increase on the same period last year. Crucially, much of that revenue growth was driven by a surge in big paying customers. Zoom now has 769 customers paying more than \$100,000 in 'trailing annual revenue', which was up 90pc year on year. User numbers have surged from 10 million at the start of the year, with the app now hosting 300 million daily meeting participants.

Business customers with more than 10 employees surged 354pc to 265,400 during the quarter. Add to that the fact that the company is sitting on cash or 'cash equivalents' of \$1.1bn and it becomes clear that Zoom has moved fast to shore up its growth. Yuan said he was 'humbled' by the explosive growth of the service, which was founded a decade ago. But that growth has brought with it some teething problems

- including security concerns and how to cope with an army of new customers.

The Zoom boss described dealing with the 'incredible' increase in traffic was a 'tremendous undertaking'. 'When the pandemic crisis started, our own data centers could not scale fast enough to handle the unprecedented traffic. Fortunately, some of the top public cloud providers were there to help,' Yuan told investors on Tuesday.

Zoom relied heavily on Amazon Web Services to provide the infrastructure to host its platform. Yuan said AWS provided the majority of new servers needed 'sometimes adding several thousands a day for several days in a row'. Thanks to its shiny new

'User numbers have surged from 10 million at the start of the year, with the app now hosting 300 million daily meeting participants'

* Eric Yuan - Age: 50 - Education: Mathematics and computer science MA at Shandong University of Science and Technology - Family: Wife, two boys and a girl aged 18, 15 and 13. Interests: reading, thinking about ideas for Zoom, spending time with his family. First job: Collecting construction scraps to recycle their copper aged.

01. Founded by chief executive Eric Yuan, Zoom has done its name justice and soared in value in a remarkably short space of time.



'Thanks to its shiny new servers Zoom is also tipping its growth to continue, predicting revenue of between \$495m and \$500m for the second quarter of the year.'

servers Zoom is also tipping its growth to continue, predicting revenue of between \$495m and \$500m for the second quarter of the year. Over the course of its full financial year, Zoom expects revenue to reach \$1.8bn. Of course Zoom's growth has been hit by repeated security fears. Some companies have urged employees against using the product and experts have questioned the strength of the app's encryption. The company was plagued by reports of "Zoombombing" whereby uninvited guests crashed meetings and in some cases broadcast hate-filled or pornographic content.

Yuan introduced a range of measures to address the problem, including the introduction of 'waiting rooms', where hosts would approve guests before they entered, and automatically placing passwords on meetings. 'Such an influx of users will always attract

attention from security researchers and malicious actors who are discovering vulnerabilities on high-traffic platforms, albeit for starkly different purposes,' says Chris Hodson, chief information security officer at Tanium. Hodson says the company's move to dramatically beef up security was 'critical' to protect Zoom's future success. Competitors will look to latch onto Zoom's security troubles as they bid to reclaim the market.

Microsoft is arguably the best-placed to compete with its Teams offering, which comes bundled in if a company already uses Office365. The app can host chats with up to 250 people or present live to up to 10,000 people. It also allows for users to share invites and meeting recordings through Outlook. Seamless interaction in the Microsoft 'ecosystem' will form a big part of the lure from Zoom.



‘Zoom has excelled because it is seen as a frictionless product - easy for consumers to understand and use without technical expertise’

Teams has enjoyed a boom during lockdown with daily active users climbing by 31 million in a month to 75 million. Microsoft’s consumer-focused Skype was perfectly positioned to enjoy the surge nabbed by Zoom. Commentators suggested that Skype’s comparatively fiddly service forced less tech-savvy users to look elsewhere.

Zoom has excelled because it is seen as a ‘frictionless’ product - easy for consumers to understand and use without technical expertise. Not dissimilar to how Facebook launched its own version of Snapchat’s ‘Stories’, the tech giant launched its own Zoom-like product in April called Rooms. The service will allow people to hold meetings with up to 50 people with no time limit.

Houseparty, meanwhile, offers a more socially-focused app than Zoom, with around

20 million users for the challenger and a strong reputation especially among younger users. While Zoom’s free version allows up to 100 people at once, it does stipulate a 40 minutes time limit. The biggest names in tech are unlikely to leave Zoom alone to build on its 300 million ‘daily meeting participants’. With huge cash-piles, tech giants all want their own slice of the video conferencing boom. That said ‘to Zoom’ has turned into a verb among ordinary consumers as millions log in during lockdown. Getting Zoom out of the public vernacular may prove too tricky for the incumbents. —

02. It’s a question millions of people have been asking every day during lockdown: ‘Are you free to Zoom later?’

— HESSEN —

A Land of opportunities less than 300 km from Luxembourg

TEXT International Affairs, Chamber of Commerce

PHOTO Nicolas Scheuer / CC BY-SA



Germany 

State of Hessen

Facts & figures

Political capital: Wiesbaden (population: 278,474)

Regional administrative districts: Kassel, Giessen, Darmstadt

Major cities: Frankfurt am Main (population: 763,380), Kassel (202,137), Darmstadt (159,878), Offenbach (130,280)

Surface: 21,115 km²

Population: 6.3 million (2019, 5th most populated German state)

Business languages: German, English

Regional GDP per capita: EUR 41,300 (2017, 113% of German average)

Average growth rate: 2.2% (2008-2017)

Unemployment rate: 4.4% (2019)

Number of universities and research institutes: 69

Excellence clusters: in natural sciences, medicine, engineering

R&D spending: 2.9% of regional GDP (76% is done by companies)

Business structure (% of gross value added): manufacturing 21%, services 78%

Most important sectors: mechanical engineering, electro-technology, vehicle manufacturing, chemicals and pharmaceuticals, financial services

Major foreign trade partners: **Export:** US (11.7%), FR (7.2%), PRC (6.2%), **Import:** US (11.1%), PRC (10.2%), FR (7.1%)

Transportation infrastructure: Frankfurt Main central (HBF) and long-distance railway station, Frankfurt International Airport, Airfreight center Cargo-City, ports Gutleuthafen and Osthafen, Autobahn interchange (A3 and A5) Frankfurter Kreuz

Sources: Eurostat, Invest in Hessen, Statistisches Landesamt

The German state of Hessen, formerly known as the Grand Duchy of Hessen from 1806 to 1919, and the Grand Duchy of Luxembourg do not only share common ancestors of the house of Nassau-Weilburg, as well as a rich and traditional viniculture, and lush green forests. Both are also known for their stable, highly open and international business environments with a strong service industry championed by the financial sector and high-tech industries shaping the economic future.

Situated in the western part of Central Germany, the *Land* (state) of Hessen borders with six of the 16 German federal states. Even though it is the greenest state, Hessen boasts one of the strongest economies in Germany and is one of the most dynamic business regions in Europe.

Doing business with Hessen

The presence of more than 106 consulates and about 12,500 foreign companies reflects Hessen's position as a major international business hub in Germany. Exports are high: in 2019, EUR 64.6 billion worth of goods, mostly chemicals and pharmaceuticals, were exported, mainly to Europe (65%) and the USA (12%). Imports accounted for EUR 102.5 billion and were led by electronic products. Exports to Luxembourg account for more than EUR 280 million and imports from the Grand Duchy for more than EUR 250 million. In terms of foreign direct investments into Hessen, Luxembourg ranks third, right behind the USA and the Netherlands. Apart from the important presence of holding companies, Luxembourg firms account for about 3% of Hessen's direct foreign investments.

Frankfurt: a truly international hub driving the Hessian economy

Although the state capital is Wiesbaden, Hessen is best-known for the city of Frankfurt (officially: Frankfurt am Main, abbreviated to FFM). It is the only German city marked

by a skyline, but in terms of area (248 km²) and size of population (763,380), the metropolis is surprisingly small. Nevertheless, FFM is the economic and financial heart of the region. European and German central banks are headquartered there, as well as the German stock market and other major German and foreign commercial banks. The financial sector alone employs about 74,000 people and is home to a vibrant fintech community. Created in 2008, the House of Finance combines interdisciplinary research and education activities in the area of finance at the local Goethe University. The Luxembourg and Frankfurt financial centres maintain close relationships – less marked by rivalry than by common interests, as both hubs are considered complementary. Another commonality of Luxembourg and Frankfurt is the major flow of commuters. More than 375,000 people travel to FFM to work. The city's strong infrastructure is key to the business location's success. It is home to Germany's biggest central station as well as airport and the close connection of different modes of transportation (water, rail, road and air) make FFM an attractive international transportation and logistics hub. About 300 logistics companies are located at Europe's largest airfreight centre, CargoCity, profiting from a short cut-off-time, that is, accepting packages until late with next day delivery. In terms of internet infrastructure and data traffic, the German Commercial Internet Exchange DE-CIX has developed into one of the largest information exchange points in the world. As a global crossroads, Frankfurt is also known



Downtown Frankfurt am Main, seen from Deutscher Herr Bridge

for its trade fairs. Internationally renowned exhibitions of consumer goods, lifestyle, textile, automotive, architecture and media have been based in the Hessian metropolis for decades. In 2021 – after 20 years in the German capital – Berlin Fashion Week is moving to FFM, transforming Germany's financial capital into one of fashion. Traditionally with a strong focus on media (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau, S. FISCHER Verlag etc.), FFM's creative industries are considered high-growth and a key component for innovation in other sectors. Other than press, the largest sub-sectors in terms of sales are software/games, advertising and design.

Key industries and research sectors throughout the state

In contrast to the inner city, the area around Frankfurt is characterised by its high industrial density. The main sectors are the chemical and pharmaceutical industries with companies such as Merck, Fresenius and B. Braun Melsungen. In the mechanical and automotive engineering field, Opel and Continental are established here. Like Luxembourg, Hessen has a longstanding tradition in reaching for the stars. The state has played a pioneering role since the beginning of Germany's aeronautic industry. In particular, the highly innovative Darmstadt region in the south has developed into an important competence centre for the international aviation and aerospace industry, as it headquarters the European Space Agency (ESA) satellite control centre, the meteorological satellite centre EUMETSAT, and the German air traffic control centre. Globally known companies in the optical, electrical and precision engineering industries such as Leica, Buderus or Hensoldt (Zeiss) are clustered north of Frankfurt around Wetzlar. Further north, the industrial structure is dominated by automotive, logistics and energy companies. After Wolfsburg, the Volkswagen factory in Kassel is the second largest production facility of Volkswagen in Germany. In order to maintain its position in the top 10 of the most innovative regions in the EU, Hessen spends 2.9% of its GDP on R&D. The contribution of companies is remarkably high: three quarters of R&D expenses are covered by Hessian firms. Close cooperation with the multitude of institutions of higher education (40) and research institutes (35) generates valuable synergies and opens up new horizons for private companies. —

To further explore the Hessian market and its business opportunities, the Luxembourg Chamber of Commerce's International Affairs team as well as the permanent representative office in Berlin and Business Club Luxembourg in Germany are at your disposal.

Useful contacts

Luxembourg Chamber of Commerce
 International Affairs
 europe@cc.lu

Embassy of Luxembourg in Germany
 Julie Jacobs, Head of the economic and trade department
 (+49) 30 263 957 26
 julie.jacobs@mae.etat.lu / julie.jacobs@cc.lu

Business Club Luxembourg
 businessclub-luxemburg.de
 vorstand@businessclub-luxemburg.de



Markus Bierod
 Managing Director, Paul Wurth Deutschland GmbH

What is your business relationship with Luxembourg ?

We are an engineering and consulting company, founded in Wiesbaden, specialised in the field of hot blast stove technologies as well as the refractory and lining concept for blast furnaces. Our company, originally called Didier - M & P Energietechnik GmbH, founded as a subsidiary of Didier-Werke AG, was acquired in 2004 by Paul Wurth. We offer our products and services to our customers worldwide in the steel and iron industry. In many cases, however, projects are also carried out for joint customers with the Luxembourg headquarters or other companies in the Paul Wurth Group. In the Group, our company is the competence center for the planning and delivery of hot blast stove plants worldwide, refractory lining of various systems including the optimisation of plants, special repairs and consulting studies.

What opportunities do you see in the state of Hessen ?

The activity of our Wiesbaden site is mainly dedicated to engineering. We do not do production operations. The positions we offer are generally very qualified and here we find people who are very well trained for these functions. Hessen is not the largest state in Germany, but it has many attributes such as good universities, many industries, especially in the chemical, biotechnology and automotive sector, a promising financial sector and above all in a radius of 50km around Wiesbaden. In addition, the proximity to Frankfurt airport and the rivers Rhein and Main are logistical advantages.

What risks or difficulties do you encounter there?

There are not many negative points about our region. The only difficulty is the road traffic which is very dense during rush hour, but this is not specific to Wiesbaden or Frankfurt; we encounter this situation in all big cities, including Luxembourg. This is an issue that the authorities are dealing with and addressing by investing heavily in infrastructure.

What advice would you give to companies that want to work with this region?

If a company is looking to relocate to Germany, the state of Hessen is a good choice because it's really halfway between the north and the south of the country, connected by high quality highways. In addition, the quality of life is very good here. We have a lot of industries and logistical infrastructures, but also a lot of beautiful forests where it is pleasant to walk or play sports. We also have a wine valley and towns which are very pleasant for students or active people, all within 2 hours drive from Luxembourg.

The Interview

Cindy Tereba

Directrice Affaires Internationales,
Chambre de Commerce



« Le plus grand des défis est sans doute de surmonter la crise du coronavirus actuelle et les impacts qu'elle va avoir sur toutes les foires et les grands rassemblements internationaux. »

« Il faut nous préparer à des transformations profondes »

TEXTE Corinne Briault PHOTOS Laurent Antonelli/Agence Blitz;
Markus Spiske/Unsplash; Talal Ahmad/Unsplash

Forte d'une solide expérience à l'international et d'une excellente connaissance de l'écosystème entrepreneurial luxembourgeois, Cindy Tereba a pris en septembre 2019, la tête de la direction des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce avec pour mission de contribuer à l'internationalisation des entreprises du Grand-Duché et de développer les échanges économiques et commerciaux, avec l'appui d'un riche réseau de partenaires professionnels au Luxembourg et dans le monde. Un programme totalement bouleversé avec l'arrivée de la pandémie à laquelle il a fallu faire face.

Comment avez-vous géré la crise sanitaire qui a débuté quelques mois après votre nomination en tant que Directrice des Affaires Internationales au sein de la Chambre de Commerce ?

La crise du coronavirus a débuté six mois après ma nomination et évidemment, cela a été un véritable choc pour le département des Affaires Internationales, dont le travail repose pour une grande partie sur les voyages à l'étranger et sur les liens que nous tissons à l'international. Je dois avouer que j'ai pensé au tout début de la crise que cela ne durerait que trois ou quatre mois avant que les choses ne reviennent à la normale, mais très vite il a bien fallu se rendre à l'évidence, cela allait durer bien plus longtemps et toute la programmation et l'agenda que nous venions de mettre en place pour les mois à venir allaient être chamboulés, reportés, voire annulés. Nous avons dû réagir et chercher des alternatives. Nous avons donc très vite développé des solutions digitales pour continuer à garantir nos services aux entreprises, tels que des webinaires, des consultations par vidéo-conférences, une participation active aux pages Covid-19 dédiées aux aides aux entreprises sur le site internet de la Chambre de Commerce, la mise en place et l'animation d'outils B2B digitaux comme,

par exemple, la *Business Partnership Opportunity* proposée par notre réseau Enterprise Europe Network, ainsi que la mise à disposition gratuite pour nos ressortissants d'un service de veille des marchés publics... Nous avons aussi travaillé avec l'Office du Ducroire sur la promotion de son offre et les outils qu'elle apporte aux entreprises. Tout a été mis en place pour permettre à nos ressortissants de mieux appréhender la diversité des mesures et restrictions imposées dans les différents pays en période de coronavirus et les assister au mieux pour qu'ils continuent le développement de leurs activités commerciales à l'international. Enfin, nous avons essayé d'utiliser cette période pour analyser la situation et préparer la relance, voir comment nous pourrions aider nos ressortissants à mieux se positionner et promouvoir leurs produits et services à l'étranger dans les mois à venir. Un guide pratique élaboré avec nos collègues du ministère de l'Economie et Luxinnovation sera publié à la rentrée.

Quelles sont les incidences de la crise sur votre manière de travailler ? De nombreux entreprises ou institutions ont digitalisé leurs services. Cela va-t-il s'appliquer à votre département ? Pour quels objectifs ?

Il est clair que la crise du coronavirus va

profondément bouleverser nos méthodes de travail et que le digital va y prendre une place plus importante. Cela va notamment impacter nos participations et notre façon de nous présenter aux foires internationales. Si le présentiel et les échanges «de personne à personne» vont garder une place primordiale, la combinaison avec les plateformes digitales va donner une nouvelle dimension à nos manières de travailler. Pour des premières rencontres avec nos partenaires, ou pour développer un business à l'étranger, nous allons certainement nous demander plus souvent si un échange via une plateforme digitale ne prévaut pas à un voyage en avion. De nombreuses entreprises, lorsque cela était possible, ont très vite réagi et ont pu garder une continuité dans leur offre de services grâce au télétravail ou en transposant leur business en propositions digitales et cette situation va se prolonger. La crise a déjà commencé à opérer un changement de mentalité sur ces points.

Cette crise va-t-elle révolutionner la vocation qu'a votre département d'organiser des conférences, des participations et autres missions à l'international ?

La vocation du département des Affaires Internationales ne changera pas, il s'agira toujours d'aider les entreprises à promouvoir leur business à l'étranger, de leur

«La vocation des Affaires Internationales ne changera pas, il s'agira toujours d'aider les entreprises à promouvoir leur business à l'étranger, de leur apporter toute l'assistance nécessaire pour qu'elles puissent partir à la conquête et à l'exploitation de nouveaux marchés dans les meilleures conditions possibles.»

apporter toute l'assistance nécessaire pour qu'elles puissent partir à la conquête et à l'exploitation de nouveaux marchés dans les meilleures conditions possibles. Ce sont les conditions dans lesquelles cela se fera qui vont changer. Nous analysons de près les différentes situations sur les marchés étrangers pour adapter nos offres. Nous avons, par exemple, constaté qu'il y a désormais une forte demande pour les marchés régionaux mais aussi pour la mise en place d'une stratégie de *dual sourcing* et nous allons renforcer nos propositions dans ce sens, tout en continuant à maintenir les fortes relations établies de longue date sur des marchés focus.

Plus généralement, dans quelle mesure pensez-vous que cette crise va impacter le libre-échange au niveau mondial ?

La pandémie nous oblige à repenser notre rapport au monde, à la mondialisation et à l'ouverture des marchés. La preuve est faite depuis longtemps : l'ouverture des marchés a eu des effets positifs, c'est indéniable. Mais elle a aussi des impacts négatifs et cette crise du coronavirus a mis en lumière des lacunes et des dépendances à des marchés lointains. Mais il est nécessaire de conserver ce libre-échange et la libre-circulation des personnes. La réflexion aujourd'hui devra

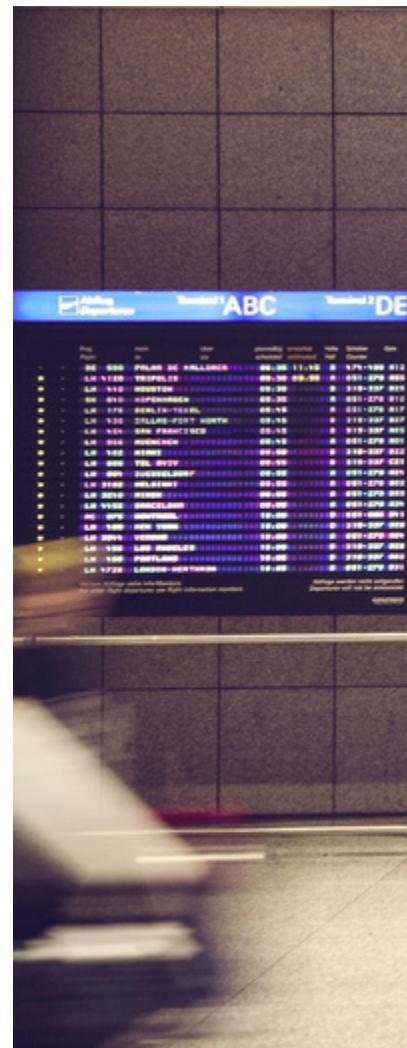
peut-être plus se porter, non pas sur la remise en cause du libre-échange, mais sur la manière de limiter notre dépendance aux marchés étrangers dans certains secteurs, notamment sanitaires et pharmaceutiques.

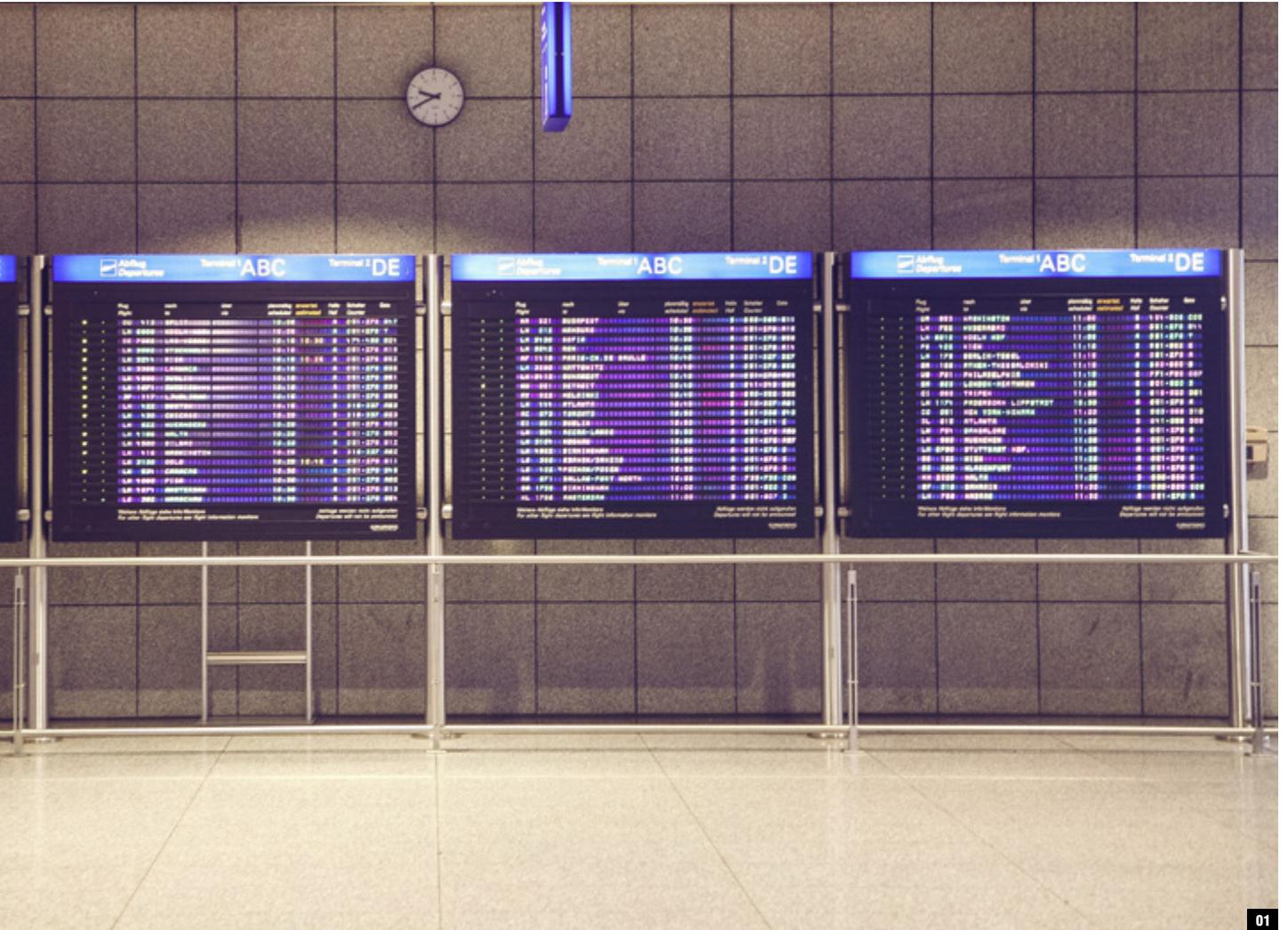
Quelles sont vos ambitions pour le développement de l'offre des Affaires Internationales ?

Ma plus grande ambition est de proposer un service basé sur une connaissance approfondie de l'écosystème entrepreneurial luxembourgeois et de ses besoins pour cibler encore mieux les marchés internationaux et d'adapter encore plus notre programme aux demandes de nos ressortissants. Il y a un savoir-faire et une connaissance des différents marchés indéniables au sein de notre équipe et ses compétences font de nous un partenaire fiable vis-à-vis de nos ressortissants, des ministères ou des bureaux à l'étranger avec lesquels nous collaborons. Je souhaite porter le département des Affaires Internationales pour qu'il soit reconnu comme étant un service d'excellence apporté aux entreprises dans leur développement à l'étranger et que la Chambre de Commerce soit considérée comme un lieu d'échanges incontournable, l'interface qui fait le lien entre les délégations internationales et les entreprises du Luxembourg.

Selon vous, quels seront les défis pour l'avenir ?

Le plus grand des défis est sans doute de surmonter la crise du coronavirus actuelle et les impacts qu'elle va avoir sur toutes les foires et les grands rassemblements internationaux. Il y a aussi de grandes probabilités pour qu'elle ne soit que la première d'une série d'autres crises dont certaines seront dues au changement climatique. Dans les années qui viennent, il faut nous préparer à des transformations profondes de nos vies et de nos quotidiens qui vont nous obliger certainement à revoir nos relations commerciales et nos voyages à l'international. La Covid-19 devrait nous forcer à trouver de nouveaux modes de réflexion. C'est le bon moment pour que germent maintenant les éléments de réponse aux défis à venir.





01

01. 02. Si le présentiel et les échanges « de personne à personne » vont garder une place primordiale, la combinaison avec les plateformes digitales va donner une nouvelle dimension aux manières de travailler, notamment l'intérêt des déplacements en avion.



02

Starting Blocks

Pointing to the upswing in the Luxembourg entrepreneurial scene, Starting Blocks presents startups from a range of sectors.

In this edition, we're highlighting three startups hosted by the Luxembourg-City Incubator (LCI), which was launched by the Chamber of Commerce in partnership with the City of Luxembourg to support innovative startups. Here's what the founders have to say about their work in the world!

TEXT Hannah Ekberg / Ann Godart, Luxembourg-City Incubator (LCI) / Kidola / InjectIT / kodehyve

PHOTOS Kidola (Loïc Sciampagna), InjectIT (Laurent Antonelli/Blitz Agency), kodehyve (Christophe Zanier)



— KIDOLA —

Childcare at your fingertips!

As a user experience (UX) designer and frustrated parent, Jonathan Kindermans was inspired to create the Kidola app in 2019 to make life easier for all stakeholders involved in childcare, without compromising on children's well-being.

Conceived as a companion app for early childhood, Kidola is essentially a child activity passport at your fingertips that makes it easy to collect and share information between parents and caregivers. The app effectively provides a digital transition between daycare and home that ensures continuity in terms of essential information for childcare: allergies, meals, medicine, naps, diaper and digestive activity, etc. Parents can be demanding and rightfully so, especially since the COVID-19 outbreak. Kidola makes it easier for everyone concerned to stay informed about each child in their care, allowing more time to be spent on what is most important of all: keeping children safe and happy.

Kidola's four founders (as pictured left to right) are Quentin de Made, Tom Holtzinger, Simon Lelorrain, and Jonathan Kindermans. —

■ More info: kidola.lu



— INJECTIT —

Turbo-boosting designer digital business strategy

InjectIT was founded in 2020 by Lukasz Ozimek and Reka Tihanyi to improve customer experience and help businesses build digital strategies via products powered by AI, machine learning, and computer vision algorithms.

Their product SwipeAir connects offline advertising with online offers by a digital and physical product, designed first for the real-estate industry and financial institutions, with further expansion planned.

The digital platform for SwipeAir allows clients to attach QR code to their content to lead to different actions, such as visiting a website, downloading an app, making a phone call, or opening a bank account. Clients can categorise content for a targeted audience and deliver a tailored experience to users who can access information quickly and effortlessly by creating an infinite scroll option navigated by a gesture without touching a screen. This brings a solution for both limited advertising space and the current hygiene needs due to the COVID-19 crisis. —

■ More info: injectit.io



— kodehyve —

Building powerful, industry-specific software

Founded in 2020 by Felix Hemmerling and Julien Casse, kodehyve is a B2B software venture that builds highly user-friendly, scalable software and applications to enhance entire industries', as well as individual organisations', business activities and multiply their returns in a fraction of time.

The scalable kodehyve infrastructure enables kodehyve to rapidly implement powerful software so as to solve unique, industry-specific pain-points and simultaneously solve individual clients' challenges.

In order to enhance and scale businesses rapidly, the kodehyve team is committed to reducing time-to-market via the various kodehyve tools, without compromising on clients' individual needs. To this end, any organisation aiming to implement great products in less time and manage their projects more efficiently, can pick any of the kodehyve tools off-the-shelf and tweak it to satisfy their needs by choosing from a wide range of powerful in-house modules and 3rd party plugins. —

■ More info: www.kodehyve.com

PRÊT À
L'ENGAGER!

PRÊTE À
M'ENGAGER!

WIN
WIN

L'APPRENTISSAGE :
AVANÇONS ENSEMBLE !

L'apprentissage dans le commerce, les services, l'horeca ou l'industrie offre des perspectives d'avenir aux jeunes talents, tout en renforçant la compétitivité des entreprises formatrices. Un apprenti bien formé équivaut à un futur collaborateur qualifié.

winwin.lu

Une initiative de

CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

Startup

Caner Dolas (à dr.) et Jayan Jevanesan

Co-fondateurs, Gamma Technologies

«Gamma AR réduit la charge de travail de surveillance du secteur de la construction jusqu'à 30%.»



Réalité augmentée, risques diminués

TEXTE Marie-Hélène Trouillez

PHOTOS Matthieu Freund-Priacel/ Primatt Photography

Créée en 2019 par Caner Dolas et Jayan Jevanesan et hébergée au sein du Luxembourg City Incubator (LCI), Gamma Technologies propose une application de supervision des chantiers de construction qui utilise les données contenues dans le *Building Information Modeling* ou Modélisation des Informations ou données du Bâtiment (BIM). Grâce à la réalité augmentée (AR), l'utilisateur peut superposer en temps réel les images réelles d'un site de construction aux images virtuelles en 3D du BIM à partir d'un smartphone ou d'une tablette tactile. L'application aide à détecter des oublis ou des erreurs de construction à un stade précoce du projet, avant que le coût des modifications n'ait trop de répercussions.

———— Comment vous êtes-vous rencontrés et quelles sont vos spécialisations ?

Caner Dolas : J'ai fait des études d'architecture et je me suis présenté à l'université d'Aix la Chapelle, en Allemagne, avec un projet. Je recherchais l'aide d'informaticiens pour développer un prototype de ce qu'est devenu aujourd'hui Gamma AR, l'application développée par Gamma Technologies. C'est ainsi que j'ai fait la connaissance de Jayan, qui est devenu mon associé lorsque nous avons décidé de créer notre société.

Jayan Jevanesan : Je suis informaticien et le projet sur lequel nous avons travaillé ensemble m'a tout de suite plu. Caner m'a expliqué ce qu'il souhaitait développer et j'ai programmé un prototype qui a parfaitement fonctionné ! Nous nous sommes alors très vite rendu compte que cette idée d'application était promue à un bel avenir.

Quelles sont les principales fonctionnalités de votre application ?

J. J. : Aujourd'hui, lorsque vous construisez un bâtiment, vous devez imprimer des plans ou des listes que vous devez prendre avec vous sur les chantiers pour suivre et contrôler l'évolution des travaux. À l'origine, les informations sont transmises sous forme numérique grâce à la technologie du BIM. Elles sont ensuite transcrites sous forme de textes et les plans sont annotés manuellement, avec des risques d'erreurs de transcription ou d'interprétation. Les informations en 3D sont transformées en plans 2D, ce qui entraîne



une perte d'informations. Grâce à la complémentarité des modèles numériques en 3D du BIM et de la réalité augmentée, la superposition des images réelles du chantier avec les images virtuelles du projet est rendue possible en temps réel et sans perte d'informations.

C. D. : Les gestionnaires en charge du suivi des travaux téléchargent les données 3D du logiciel de l'architecte et déambulent à travers le bâtiment réel et le bâtiment virtuel. Nous proposons une solution simple et intuitive qui aide les différents corps de métiers à réaliser un bâtiment conforme à ce qui est prévu sur les plans, en réduisant les coûts et en optimisant la durée. L'évolution du chantier de construction est suivie étape par étape et les erreurs récurrentes de construction qui engagent des coûts supplémentaires, en particulier quand le chantier est déjà à un stade avancé, peuvent être évitées. Gamma AR optimise la supervision et peut réduire la charge de travail de surveillance du secteur de la construction jusqu'à 30%.

Quand une erreur est détectée, comment est-elle traitée et comment les parties concernées sont-elles informées ?

C. D. : L'application a été développée pour permettre aux différents corps de métiers impliqués dans des travaux de bâtiment de marquer les erreurs par des annotations textuelles, des photos ou des messages vocaux. Chaque intervenant d'un projet (du maître d'ouvrage jusqu'à la maîtrise d'œuvre) est identifié selon son profil et son rôle. Les annotations sont visibles par l'ensemble des personnes interconnectées et elles sont également centralisées sur une plateforme en ligne, en fonction des choix de connexion. Gamma AR permet de communiquer des erreurs du bâtiment sous forme numérique, comme des découpes de murs mal effectuées, une tuyauterie mal conçue ou des portes mal placées, voire oubliées, par exemple. Les données présentes dans le modèle numérique, comme les dimensions ou une couleur de peinture, sont affichées et les éléments inappropriés sont facilement repérables. Les gestionnaires signalent les problèmes relevés en sélectionnant un objet dans l'application et en détaillant l'action à effectuer. L'application met en relation les bureaux et le site de construction pour communiquer de manière transparente les demandes d'information, les problèmes et les rapports d'avancement.

Les responsables peuvent ensuite réagir et prendre les mesures qui s'imposent.

J. J. : Les interventions et les différentes étapes des projets sont enregistrées et sauvegardées dans l'application. Une fois la construction achevée, Gamma AR aide les gestionnaires des installations à entretenir les bâtiments en fournissant une solution de visualisation et de communication.

Avez-vous bénéficié d'aides ou de conseils, ou participé à un concours ?

C. D. : En mars 2019, nous avons pris part au concours *Fit4Start*, un programme d'encadrement et de soutien aux entrepreneurs et créateurs de startups innovantes, initié par le ministère de l'Économie et géré par Luxinnovation. Le fait de participer à un tel concours a été l'occasion pour nous d'enrichir notre réseau, mais aussi de lancer et développer notre projet. Nous avons pu tester l'appétence du marché pour notre produit lors d'un pitch et nous avons eu le plaisir de figurer parmi les dix gagnants du concours ! Grâce à ce classement, nous avons obtenu un financement de 150.000 euros, ainsi qu'un espace gratuit de coworking pour la durée de l'accompagnement du programme *Fit4Start*, au sein du Luxembourg City Incubator (LCI), l'incubateur lancé par la Chambre de Commerce et la Ville de Luxembourg. Ces fonds nous ont aidé à démontrer la faisabilité de notre produit et à développer notre solution. Nous avons pu aussi bénéficier de quatre mois de coaching personnalisé gratuit qui s'est avéré très utile ! Nous avons reçu de nombreux retours de la part des coaches qui nous ont accompagnés, notamment pour les questions liées à la gestion d'une société, au plan d'affaires et à l'acquisition de clients. Grâce à ces conseils, nous avons franchi le pas et créé notre société en juillet 2019.

J. J. : Grâce au LCI, nous sommes entrés en contact avec plusieurs journalistes. Nous participons depuis peu à des séminaires de vente très utiles et inspirants, organisés toutes les deux semaines au sein de l'incubateur. Nous allons bientôt pouvoir mettre en pratique nos connaissances sur le terrain. Le LCI nous permet également d'être en contact avec d'autres startups pour échanger des idées et développer des synergies. C'est très stimulant !

Comment avez-vous fait connaître votre produit et choisi vos canaux de distribution ?



02



03



01

C. D. : Nous avons conclu un partenariat avec Autodesk qui domine 90% du marché des logiciels de conception 3D et propose des solutions pour donner forme aux idées et augmenter la productivité, grâce à une interface intuitive et à des tâches automatisées. Leur réseau d'utilisateurs et de partenaires est essentiel. Autodesk a permis de renforcer notre présence un peu partout dans le monde. Parmi nos clients, nous comptons aujourd'hui une quinzaine d'entreprises de construction avec plusieurs utilisateurs, comme Porr AG en Autriche, Gruner AG en Suisse, etc.

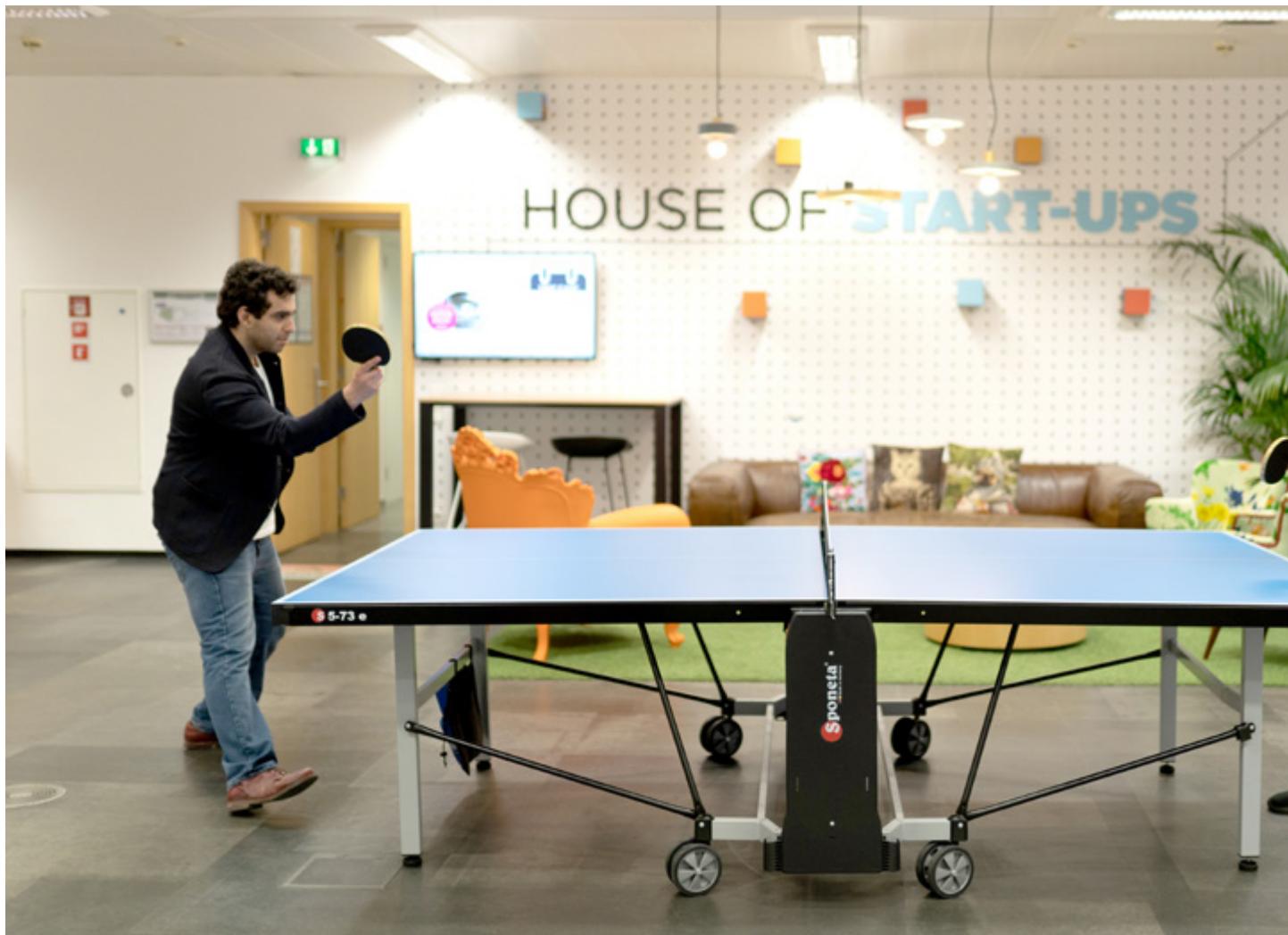
J. J. : Pour toucher de nouveaux clients en ligne, nous avons développé notre visibilité avec une campagne publicitaire Google Ads. Aujourd'hui, nous sommes présents aux Etats-Unis, en Malaisie, en Indonésie, en Inde, en Australie, en Corée du Sud, en Roumanie, etc. Gamma AR est disponible en quatre versions linguistiques : anglais, allemand, français et espagnol.

« Grâce à la complémentarité des modèles numériques en 3D du BIM et de la réalité augmentée, la superposition des images réelles du chantier avec les images virtuelles du projet est rendue possible en temps réel et sans perte d'informations. »

01. Gamma AR aide les entreprises de construction à suivre et à gérer des projets en utilisant la réalité augmentée sur iOS et Android.

02. Sorti vainqueur du programme *Fit4Start*, la startup a obtenu un financement de 150.000 euros.

03. L'outil développé par Caner Dolas et Jayan Jevanesan permet de comparer rapidement et facilement la construction réelle avec la planification, sans papier.



Comment vous démarquez-vous de la concurrence ?

J. J. : La majorité de nos concurrents développent des systèmes avec des solutions qui leur sont propres. Gamma AR est à la fois compatible iOS/Android et interopérable avec des interfaces connues comme *Autodesk BIM360 Docs* and *Autodesk BIM360 Field*. La compatibilité est la possibilité pour deux systèmes de types différents de communiquer ensemble. L'interopérabilité permet à plusieurs systèmes informatiques de collaborer avec d'autres systèmes indépendants, afin de créer un réseau et de faciliter le transfert de données. Elle repose sur la présence d'un standard ouvert, une des caractéristiques qui fait la force de Gamma AR et qui nous permet de nous développer à l'international.

Pouvez-vous nous en dire plus sur le business model que vous avez choisi d'adopter ?

C. D. : Nous proposons deux politiques de prix. Le prix annuel pour une licence est de 648 euros par utilisateur pour une PME. Puis, nous avons une formule annuelle de 480 euros pour un particulier ou une petite entreprise. En complément, nous offrons un tarif mensuel ou trimestriel.

J. J. : Nous comptons peu de particuliers parmi nos clients, sachant que la technologie BIM est indispensable pour bénéficier des fonctionnalités de Gamma AR. Les études démontrent une augmentation moyenne de la productivité d'un peu plus de 10%. Bien que conviviaux, ces logiciels sont assez complexes et imposent un changement de méthode de travail.

Avez-vous rencontré des difficultés lors de la commercialisation de votre outil ?

C. D. : Nous proposons un produit simple d'utilisation et parfois, il arrive que certains prospects prennent notre produit pour un jouet. Or, Gamma AR n'a rien d'un jouet !



04



05

« Une des caractéristiques qui fait la force de Gamma AR et qui nous permet de nous développer à l'international est sa capacité à fonctionner avec d'autres systèmes indépendants »

Quand nous arrivons à les convaincre, ils sont les premiers, en tant qu'utilisateurs, à vanter le produit et les services que nous offrons. Les clients potentiels plus âgés sont également plus difficiles à convaincre. Ils opposent une certaine résistance au changement et ne se laissent pas facilement approcher.

Avez-vous souffert de la crise sanitaire et quels enseignements tirez-vous de cette période ?

J. J. : Nous avons été un peu ralentis dans notre élan par le confinement, mais nous avons pris le temps de développer notre outil. La crise sanitaire a révélé l'immense capacité de résilience du numérique, tous secteurs confondus. Elle a été un accélérateur de la digitalisation des entreprises et ce contexte nous est plutôt favorable.

Où vous voyez-vous dans cinq ans ?

C. D. : Nous allons développer l'automatisation de l'application pour la rendre encore

plus simple d'utilisation. Pour plus d'efficacité, les messages, relevés d'erreurs et rapports d'avancement seront redirigés automatiquement - et non plus manuellement - aux personnes concernées, grâce à une interface améliorée. Nous souhaitons également renforcer notre développement à l'international.

Une anecdote, un conseil ?

J. J. : Nous avons tous les deux le sentiment d'avoir créé une application utile et innovante, apte à aider les utilisateurs. C'est une très grande satisfaction pour nous.

C. D. : En 2018, nous avons fait un premier pitch et nous avons échoué. Nous n'étions pas prêts mentalement. Grâce à un travail acharné, nous nous sommes présentés l'année suivante, et cette fois, nous sommes sortis grands vainqueurs du concours ! Pour réussir, il faut savoir faire face aux difficultés. Il faut aussi rester ouvert, tout en étant obstiné. —

04. La startup est hébergée depuis 2019 au sein du Luxembourg City Incubator (LCI), l'incubateur lancé par la Chambre de Commerce et la Ville de Luxembourg.

05. L'application met en relation les bureaux et le site de construction pour communiquer les demandes d'information, les problèmes et les rapports d'avancement.

■ Lien utile :

www.gamma-ar.com

Startup

Denis Kiselev

CEO, SnapSwap



SnapSwap, la startup qui bouscule la banque

TEXTE Marie-Hélène Trouillez
PHOTOS Matthieu Freund-Priace/ Primatt Photography

SnapSwap, une fintech luxembourgeoise ayant obtenu le statut d'établissement de monnaie électronique en Europe, propose aux institutions financières des outils innovants et particulièrement flexibles, d'identification digitale, de paiement et de gestion des dépenses à l'usage des entreprises. Après une phase test qui a tenu toutes ses promesses, la mise sur le marché début septembre 2020 d'une carte bancaire pour les paiements et gestion des dépenses en ligne - Everest - est programmée. Un timing parfait pour Merkur qui est allé à la rencontre de Denis Kiselev, le fondateur et CEO de la jeune entreprise installée au sein de la House of Startups, et qui compte déjà 25 personnes.

———— Pouvez-vous nous décrire votre parcours ?

Je suis originaire de Russie, mais j'ai fait mes études aux Etats-Unis. Je suis diplômé en informatique et en économie et j'ai toujours gardé un intérêt pour la technologie. J'ai commencé ma carrière dans les services financiers à la Banque mondiale et pendant une vingtaine d'années, j'ai occupé divers postes de direction. Avant de venir m'installer au Luxembourg en 2015, j'avais déjà créé une fintech à Seattle et San Francisco.

Pourquoi avez-vous posé vos valises au Luxembourg ?

Si vous n'êtes pas un établissement bancaire agréé, il est très compliqué d'exercer son activité aux Etats-Unis. Il vous faut une licence dans chacun des cinquante états pour pouvoir proposer vos services. Tout est beaucoup plus simple en Europe ! Une seule licence vous permet de vous développer dans toute l'Union européenne. Dès 2014, j'ai donc décidé de délocaliser ma société en Europe.

A San Francisco, j'avais fait la connaissance de Georges Schmit, alors directeur du Luxembourg Trade & Investment Office, en charge de rapprocher les sociétés innovantes américaines du Grand-Duché et consul général du Luxembourg. Sur ses conseils, j'ai choisi le Luxembourg pour y établir le siège international de SnapSwap. Le pays offre un écosystème attractif pour les fintech, grâce à son expertise en matière de services financiers. Il est doté d'infrastructures technologiques de pointe, d'incubateurs, de *data centers* certifiés, etc. La place financière

« Notre objectif est de déployer des produits financiers innovants permettant aux entreprises du monde entier de réduire notamment la barrière des coûts, ainsi que la complexité et les délais de traitement des opérations de paiement. »



luxembourgeoise est aussi le plus grand centre de fonds d'investissement en Europe et elle attire des capitaux et des talents du monde entier. Enfin, le Luxembourg est un pays stable qui offre un cadre juridique et opérationnel exceptionnel, grâce à une coopération étroite entre le gouvernement, le législateur et le secteur privé. C'est également un laboratoire multiculturel et multilingue idéal pour tester un nouveau produit ou service. En conclusion, le Grand-Duché offrirait à mes yeux de nombreux atouts pour occuper une place de choix tant au niveau européen qu'international.

Quelles sont les principales innovations proposées par SnapSwap et de quelle manière accompagnent-elles la transformation numérique du secteur bancaire ?

Les institutions financières doivent se conformer à des réglementations toujours plus strictes en matière de lutte contre le blanchiment ou le financement du terrorisme, par exemple. Pour respecter leurs

obligations de KYC (*Know Your Customer*), elles s'appuient sur des vérifications d'identité à la fois fastidieuses et onéreuses. En raison de ces contraintes, 75% des clients ne finalisent jamais le processus d'ouverture de compte, que ce soit auprès d'un établissement bancaire, d'une compagnie d'assurance ou d'une société d'investissement. A l'heure actuelle, seuls 7% des comptes sont ouverts en ligne ! Pour répondre à cette problématique, nous avons développé Snaprove™, une solution KYC automatisée qui permet de finaliser l'acquisition de nouveaux clients en quelques minutes. Il s'agit d'une solution d'enrôlement digital (*digital onboarding*) performante permettant la saisie, le traitement, le stockage et le transfert sécurisé des données biographiques et biométriques. Snaprove™ s'intègre dans un support mobile ou un site internet et permet de vérifier l'identité du client, réaliser une *due diligence* et obtenir une signature électronique juridiquement valable.

Au cours des quatre dernières années, nous

avons constamment amélioré notre technologie grâce à de nouvelles fonctionnalités développées avec l'aide du *machine learning* et nous avons pu augmenter ainsi la qualité des vérifications biométriques. Cette alternative digitale, rapide et sécurisée, centrée sur l'expérience de l'utilisateur, permet de convertir de nouveaux prospects en clients, conformément aux besoins des services financiers et en diminuant fortement les coûts. Elle est aujourd'hui utilisée par de nombreux acteurs financiers. Nous avons voulu développer notre solution d'enrôlement digital vers d'autres produits financiers.

Nous reviendrons plus tard sur vos nouveaux produits. Dès 2016, vous avez reçu l'autorisation d'opérer en tant qu'établissement de monnaie électronique sous l'égide de la Commission de surveillance du secteur financier (CSSF). Cet agrément a-t-il constitué un pas décisif pour SnapSwap ?



01



02

02. Nuage, le chien de Denis Kiselev, ne quitte jamais son maître et participe à toutes les manifestations au Luxembourg, comme à l'étranger.



03

Absolument! SnapSwap disposait déjà d'un agrément en tant qu'établissement de paiement du ministère des Finances. Mais la licence de la CSSF qui nous a été accordée le 23 août 2016, a été pour nous une première étape vers la création d'une plateforme de paiement autorisée à se développer dans un cadre bien établi de réglementation et de supervision financière. Dès l'obtention de cette licence, nous avons pu commencer nos activités en Europe à partir du Luxembourg. Nous trouvons que la CSSF et les régulateurs au Luxembourg, sont ouverts à l'innovation et apportent leur soutien aux nouvelles idées.

J'ai lu aussi que vous aviez participé à de nombreux concours et conclu des partenariats avec plusieurs fournisseurs de services majeurs, dont Mastercard...

En 2018, nous avons été sélectionnés au programme Start Path de Mastercard, à travers lequel Mastercard s'engage avec les fintech les plus prometteuses du monde entier. Par le biais de ce programme, nous

avons présenté notre solution d'enrôlement digital Snaprove™ dans de nombreux endroits : Miami, Mexico, Dubaï, Lisbonne, Londres, Dublin, etc. Après deux ans de travail, nous avons obtenu le statut de membre principal de Mastercard, ce qui est en général réservé aux grandes banques et aux principaux émetteurs de cartes.

En novembre 2017, nous avons postulé pour participer à la première édition de Techstars à Paris, un des plus grands programmes d'accélération de startups. Techstars a reçu plus de 800 candidatures du monde entier, et seules dix startups ont été sélectionnées. Nous sommes heureux d'avoir pu prendre part à ce programme dont les partenaires comptaient de grands noms, tels que Total, Groupama, la Française des Jeux (FDJ) et Accor Hotels. Nous avons commencé à tisser des liens avec Amazon Web Services lors du programme Techstars, et nous avons aujourd'hui un partenariat avec eux. En 2017, nous avons été récompensés à Washington lors du concours «BBVA Open

« D'après les études, 69% des chefs d'entreprise souhaitent changer de fournisseur de services bancaires. »

01. Plusieurs membres de l'équipe SnapSwap.

03. Soutenu par Mastercard, un acteur majeur des cartes de paiement, Denis Kiselev a lancé le projet Everest pour remédier aux difficultés que rencontrent les entrepreneurs pour créer leur entreprise, ouvrir un compte ou obtenir une carte de crédit.



04

04. Arrivé des Etats-Unis au Luxembourg en 2015, Denis Kiselev apprend le luxembourgeois avec enthousiasme.

05. À mesure que les entreprises se développent, l'ambition de SnapSwap est d'aider ses membres à atteindre le sommet à l'image des sherpas du mont Everest.



« Everest offre une interface collaborative avec des systèmes de permissions, comme le paiement sans contact et de partage d'expérience entre membres. »

Talent». Ce concours figure parmi les plus importants au monde pour les jeunes pousses dans les fintech. Il permet à BBVA de repérer de nouvelles solutions en vue d'un partenariat éventuel. Snaprove™ a été récompensée dans la catégorie « identité » pour son modèle automatique d'enregistrement et de vérification identitaire de l'utilisateur d'un compte de paiement mobile.

L'histoire de SnapSwap ne s'arrête sûrement pas en si bon chemin ! Quelle est la prochaine étape ?

Forts de notre agrément par la CSSF et de notre partenariat avec Mastercard, nous avons créé le projet Everest, un moyen de paiement et de gestion des coûts par carte. L'objectif est de déployer des produits financiers innovants permettant aux entreprises du monde entier de réduire notamment la barrière des coûts, ainsi que la complexité et les délais de traitement des opérations de paiement. D'après les études, 69% des

chefs d'entreprise souhaitent changer de fournisseur de services bancaires. La technologie peut aider à fournir des outils avancés de gestion rapides et performants.

Une entreprise utilisatrice peut obtenir des cartes virtuelles ou physiques, configurer les cartes Everest pour les paiements en ligne ou sans contact, gérer les alertes, activer et désactiver les cartes en quelques clics. Il lui est possible de contrôler les limites de dépense des cartes pour chaque membre d'une équipe. Nous avons intégré un module de notes de frais, avec ajout de justificatifs dématérialisés. L'outil permet d'effectuer des paiements sécurisés et instantanés, d'honorer ou d'émettre des factures. Il propose aussi des tableaux de bord de gestion des comptes avec une visibilité à 360° et en temps réel de toutes les opérations, et la possibilité d'exporter ces données pour faciliter la préparation d'un rapprochement comptable.

Autre innovation par rapport au système



05

« Notre souhait est de créer une communauté bénéficiant de services de technologie financière avancée et d'une gamme complète d'offres uniques, spécialement conçues pour les membres de la communauté Everest. »

plus traditionnel bancaire, Everest offre une interface collaborative avec des systèmes de permissions, comme le paiement sans contact et de partage d'expérience entre membres. Notre souhait est de créer une communauté bénéficiant de services de technologie financière avancées et d'une gamme complète d'offres uniques, spécialement conçues pour les membres de la communauté Everest, comme par exemple des remises sur Amazon Web Services, des hébergements à des tarifs préférentiels, des partenariats avec des espaces de bureaux ou un accès privilégié à des *Business Lounges* dans les aéroports, etc. Certains partenariats ont été négociés par Mastercard, et nous négocions d'autres partenariats en direct.

Comment comptez-vous veiller au bon déroulement de la mise sur le marché d'Everest ? Quels sont vos objectifs ?

Après des premiers tests satisfaisants et une phase pilote réussie auprès d'une douzaine de membres partenaires, la mise sur le marché d'Everest est programmée pour le mois de septembre 2020. Le produit sera disponible dans un premier temps au Benelux, puis en France et en Allemagne. Everest sera ensuite proposé dans l'ensemble des pays de l'Union Européenne dès 2021. Nous avons pour objectif de couvrir rapidement tout le continent européen. Notre produit est unique au Luxembourg. A l'heure actuelle, la plupart des solutions digitales pour les services bancaires s'adressent aux

particuliers. Or notre produit est conçu pour faciliter la vie des entreprises. A la différence de certains produits de nos concurrents qui offrent une partie de nos fonctionnalités, SnapSwap fournit une solution paneuropéenne, avec de multiples services liés. Cette évolution n'en est qu'à ses débuts ! L'Union européenne compte 25 millions de petites entreprises, qui emploient près de 100 millions de personnes. Le marché offre un fort potentiel de croissance.

Et de quelle manière financez-vous l'activité de votre entreprise ?

Nous finançons nos opérations très simplement et en toute transparence. En tant qu'émetteur, nous prélevons une commission d'interchange. Il s'agit d'une commission que le commerçant - et non le client - doit verser aux émetteurs de cartes de crédit pour les paiements effectués avec des cartes. Outre les commissions d'interchange, les commerçants doivent encore s'acquitter d'autres coûts dans le cadre de ce que l'on appelle la Merchant Service Charge (MSC), soit des frais fixes prélevés par les opérateurs de services. Mais notre carte Everest est très compétitive en matière de coûts : on voit, surtout dans ces domaines, les économies que les nouvelles technologies peuvent offrir tant pour le commerçant qu'*in fine* pour le client.

Ne craignez-vous pas que la crise sanitaire actuelle freine vos élans ?

La situation n'est simple pour personne, et

aujourd'hui, nous restons concentrés sur le développement et la promotion de nos produits. Nous avons des partenariats solides, plus de 300 clients à satisfaire immédiatement et quelque 200.000 clients à servir d'ici 2021 au Benelux, et une solution globale novatrice, testée et approuvée.

Selon vous, pourquoi considère-t-on parfois qu'entreprendre est difficile ?

Lorsque l'on crée son entreprise, il est assez difficile de trouver le juste équilibre entre la nécessité de garder une ligne dure et l'obligation de faire preuve de flexibilité. C'est ce qu'on appelle le « focus » - un exercice intéressant. Il faut à la fois persévérer pour garder le cap et rester à l'écoute de ses clients.

Un mot, une phrase qui vous inspire particulièrement ou qui vous tient à cœur ?

Je terminerai par cette citation qui m'est chère. Elle vient de Wayne Gretzky, le grand joueur canadien de hockey sur glace : « Je patine vers l'endroit où le palet va se trouver, pas vers l'endroit où il se trouvait. » (*I skate to where the puck is going to be, not to where it has been*). —

■ Lien utile :

🌐 www.snapswap.eu

Success Story

Attilio Germano

Directeur Général, Tontarelli





« L'histoire de Tontarelli est vraiment une success story. »

Plastique intelligent

TEXTE Catherine Moisy
PHOTOS Emmanuel Claudei/Focalize

La marque Tontarelli est relativement peu connue du grand public et pourtant il y a de forte chance que chaque foyer possède au moins un produit de cette entreprise qui est l'un des leaders mondiaux de la fabrication d'articles ménagers en matière plastique. Le catalogue complet propose pas moins de 400 références d'objets pour la cuisine, le jardin, le rangement ... Le site de Bascharage, ouvert en 2006, emploie 144 personnes et tourne 24h/24 et 7j/7. Entretien avec Attilio Germano, directeur général de la société.

— Votre entreprise est présente au Luxembourg depuis 2006 mais n'est pas forcément connue de tous, pouvez-vous nous la présenter? Quelle est son histoire?

Il est vrai que notre marque ne fait pas de publicité. La raison en est que nous fabriquons principalement pour des marques de distributeurs et que nous ne vendons que 30% de notre production sous notre propre marque au Luxembourg.

Tontarelli est une grande entreprise internationale, restée familiale. Son histoire est vraiment une success story. Sergio Tontarelli, le fondateur, est né dans une famille pauvre du village italien de Castelfidardo, patrie de l'accordéon. Il doit quitter l'école assez jeune pour travailler et aider sa famille. Mais il a déjà en tête le rêve très italien de posséder un jour une Ferrari rouge ! Il se fait embaucher comme ouvrier mouliste dans une fabrique de pièces destinées aux accordéons. Et, une fois expérimenté dans la fabrication des moules, se demande comment utiliser cette compétence pour devenir riche. Un jour qu'il se promène dans les rues du village, il voit une femme qui étend son linge et laisse tomber une de ses pinces en bois, de celles qui laissent de vilaines traces sur les vêtements à cause du ressort en métal. Cela lui donne l'idée de concevoir une pince en plastique, d'un modèle intelligent et solide. Il dessine une pince monobloc en plastique dont le ressort n'est pas en contact direct avec le linge. Il en dépose le brevet et cette pince remporte très vite un succès énorme et assure sa richesse. Mais Sergio Tontarelli, en vrai entrepreneur, ne s'arrête pas là ; il continue à investir et commence à concevoir une série d'objets en plastique en s'efforçant de créer des solutions qui n'existent pas encore et qui répondent à de vrais besoins. Il ajoute une touche maline dans les objets du quotidien ; d'où le slogan qui est le nôtre : *Intelligenza plastica*. Aujourd'hui encore, ce

« Nous voulons augmenter encore notre réactivité en dotant le site du Luxembourg d'un atelier de fabrication et d'entretien des moules. »

qui fait notre force est que nous faisons tout en interne : la conception des produits, le profilage, la réalisation des moules, l'injection et la façon. Peu de plasturgistes fabriquent leurs propres moules. C'est notre valeur ajoutée et cela protège nos modèles.

Pourquoi l'entreprise est-elle venue s'implanter au Luxembourg en 2006 ?

Quand j'ai rejoint le groupe en 1997, 90% de la production étaient exportés hors d'Italie. Nous avons fait le constat de la nécessité de nous rapprocher de nos clients, essentiellement composés de grandes enseignes de distribution, pour minimiser les coûts de transport et maximiser le niveau de service. Le Luxembourg présente le grand atout d'être situé au milieu de l'Europe. Paris et Francfort sont à moins de 400 km et les régions qui avoisinent le Luxembourg représentent un bassin de consommation très important. Le coût de la main d'œuvre y est élevé mais comme nous améliorons nos technologies en continu, les fabrications sont presque toutes automatisées, ce qui permet de ne pas être pénalisés par les coûts de personnel. Le développement européen était la mission d'origine pour laquelle j'ai été recruté. Maintenant, nous avons trois sites principaux en Europe, notre berceau italien de Castelfidardo, un site à Manchester en Grande-Bretagne et le site de Bascharage au Luxembourg. À cela s'ajoute un site uniquement dédié à des opérations de logistique, en France.

Quelles sont les activités du site luxembourgeois ?

C'est un site essentiellement dédié à la fabrication. L'usine de Bascharage livre tout le centre de l'Europe, ce qui correspond à une vaste zone s'étendant du Portugal à la Russie. Notre site italien pour sa part est situé non loin du port d'Ancône et couvre l'Europe du sud, le bassin méditerranéen, le *far east* (Asie) et le *far west* (continent américain).

Au Luxembourg, notre premier plan d'investissements (2007-2010) devait servir à nous doter d'une structure de 12.000 m². Un second plan d'investissement (2016-2019) a permis de porter notre surface à 25.000 m². Notre objectif était d'être tranquilles pour dix ans mais nous envisageons déjà un troisième plan d'investissement car la demande pour nos produits augmente rapidement. Notre clientèle est fidèle et nous acquérons de nouveaux contrats. Nous attribuons ce succès à notre stratégie de services personnalisés qui nous permet d'entrer de manière durable sur les marchés. Notre positionnement géographique au centre de l'Europe nous aide à entretenir cette image de service en réduisant les délais de livraison. C'est pour cela que nous sommes si bien au Luxembourg.

Votre développement international a débuté à la fin des années 1990 avec la Grande-Bretagne. Quelles sont vos activités dans ce pays et qu'est-ce qui va changer avec le Brexit ?

Notre site de Manchester est très important pour servir le Royaume-Uni. Cette usine ne produit que pour le marché local qui a encore un important potentiel de développement. Le Brexit va plutôt jouer en notre faveur car nous sommes implantés sur place de longue date et connaissons parfaitement ce marché. D'une manière générale, je dirais que les éléments perturbateurs de l'économie peuvent avoir un impact positif sur les sociétés bien organisées, car ils sont porteurs d'opportunités. La crise Covid par exemple, nous a poussés à inventer de nouveaux produits comme des boîtes où les enfants pourront ranger leur masque et leur gel pour la rentrée des classes...

Vos produits sont fabriqués en Europe. Ne subissez-vous pas une forte concurrence de la part de la Chine ?

En effet, la Chine est le premier producteur

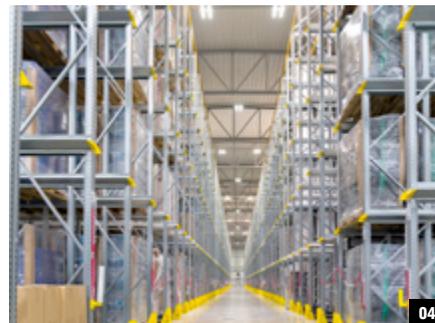


01



02

01. 02. 03. 04. L'entreprise Tontarelli occupe 35.000 m² à Bascharage. Les différents espaces sont consacrés à la production, à l'emballage et à l'entreposage des produits avant leur dispatching vers les clients partout en Europe.



mondial de produits en plastique. Mais en réalité les fabricants chinois concurrencent les fabricants européens uniquement sur les petits articles. Pour les produits plus volumineux, les coûts de transports sont trop importants. Comme je vous le disais, nos procédés de fabrication sont largement automatisés et cela nous permet de rester compétitifs, y compris par rapport à la concurrence asiatique.

Tous nos achats sont faits en Europe, quitte à les payer plus cher. La défense de l'Europe fait en effet partie des valeurs de notre société. Nous n'importons rien de Chine mais en revanche nous exportons en Chine. Notre gamme de meubles, par exemple, y est très appréciée.

Nous avons aussi des concurrents européens, dont certains appartiennent à des fonds d'investissement et suivent une logique financière. Pour notre part, nous sommes fabricants et notre philosophie est de faire de bons produits, à un bon prix. Jusqu'ici cette stratégie s'est avérée gagnante. Les acheteurs des grandes enseignes font un bouche-à-oreille positif sur nos produits.

En matière de débouchés, quels sont les marchés qui se développent le plus ?

Nos marchés les plus importants sont la

France, l'Allemagne, l'Angleterre, les Pays-Bas et la Belgique. Nous développons l'Espagne et les pays de l'est de l'Europe. En Italie, nous sommes largement leaders. En Asie, nous vendons surtout nos produits haut-de-gamme, comme les meubles. Sur les marchés industriels (casiers industriels) nous livrons le monde entier et nous développons les Etats-Unis.

Adaptez-vous les produits en fonction des marchés ciblés ?

Oui, nous investissons énormément dans la fabrication de moules pour personnaliser les produits en fonction des demandes des clients. Nous lançons tous les ans une quarantaine de nouveaux articles. Notre force est que tout est modélisé informatiquement. Nous pouvons donc répondre à une demande, en prévoir les moindres détails (spécifications techniques, volume, poids, et délais de livraison...), créer des gammes complètes et signer des contrats, avant même d'avoir acheté l'acier pour les moules correspondants. Nous voulons d'ailleurs augmenter encore notre réactivité en dotant le site du Luxembourg d'un atelier de fabrication et d'entretien des moules. Actuellement ces étapes sont encore assurées par l'Italie.

05. Le slogan de Tontarelli «Intelligenza plastica» fait référence à la volonté de la marque de toujours apporter des détails malins aux produits du quotidien.

« Notre valeur ajoutée est de fabriquer nos propres moules. En outre, cela protège nos modèles. »



«La défense de l'Europe fait partie des valeurs de notre société.»

Qu'est ce qui guide vos processus d'innovation et la création de nouveaux produits ?

La création d'un nouveau produit peut faire suite à une demande d'un client ou à nos recherches internes. Pour nos propres idées, nous observons le marché et les habitudes de vie et de consommation des utilisateurs, ou bien nous avons une idée d'ordre technique et nous étudions les possibilités de développements de produits issus de cette nouveauté technique. Toutes ces démarches sont menées sous la responsabilité directe de Sergio Tontarelli qui est passionné d'innovation et qui s'est entouré d'une équipe talentueuse d'une douzaine de concepteurs-designers.

Le plastique a parfois mauvaise presse...

C'est vrai mais le plastique qui est fortement décrié est celui qui est à usage unique. Nous ne faisons pas de plastique jetable. Nos

produits sont faits pour durer car nous ne faisons pas de concession sur la qualité, et en fin de vie, leur matière est entièrement recyclable. Nous avons, par exemple, toute une gamme d'accessoires réutilisables dédiés aux repas nomades, alternative efficace à la vaisselle jetable.

Par ailleurs, nous avons toujours recyclé nos chutes et rebuts de plastique, en les réinjectant dans notre production. Ainsi nous produisons très peu de déchets. Le point problématique est la collecte des produits usagés. Nous sommes capables de réutiliser sur un modèle circulaire, tous les plastiques Polypropylène (PP) mais nous n'avons pas encore trouvé le moyen de collecter ces produits. Nous sommes en négociation avec certaines enseignes de distribution pour qu'elles nous aident à organiser des points de collecte et nous travaillons aussi avec Luxinnovation pour mener des réflexions au sujet de la qualité du tri. Nous sommes en train de développer des chaînes complètes



06



07



08



09



10



11



12

de fabrication à partir de produits recyclés. Enfin, pour diminuer notre empreinte environnementale nous investissons dans le photovoltaïque. En Italie par exemple, l'ensemble des toits des bâtiments et parkings sont couverts de panneaux qui rendent le site plus qu'autosuffisant en énergie.

À propos d'Italie et de parking, vous ne m'avez pas dit si Monsieur Tontarelli avait pu acheter sa Ferrari rouge ?

En effet. Et oui, dès l'âge de 26 ans il a pu réaliser son rêve. Il habitait à l'époque un petit appartement de 40m² mais avec un garage au rez-de-chaussée! —

06. 07. Les moules des produits constituent le savoir-faire de base de l'entreprise Tontarelli et sa valeur-ajoutée.

08. Les produits fabriqués à partir de matière recyclée sont reconnaissables à leur coloris gris anthracite.

09. 10. 11. La gamme des produits Tontarelli est très large (plusieurs centaines de références) avec des articles pour le ménage, l'hygiène, le rangement...et même la décoration, pour les particuliers ou les entreprises.

12. La célèbre pince à linge Tontarelli, premier produit de l'entreprise. A ce jour, il s'en est vendu 90 milliards, soit l'équivalent de 12 pinces à linge pour chaque habitant de la planète.

« Nous avons toujours recyclé nos chutes et rebuts de plastique, en les réinjectant dans notre production. Ainsi nous produisons très peu de déchets. »

■ Lien utile :

Pour plus d'informations :

🌐 www.tontarelli.com 🌐 www.tontarelli.shop

Success Story

Marianne et
Viviane Welter

Co-dirigeantes, Arthur Welter



« L'entreprise a évolué avec ses clients qui sont très fidèles et dont la plupart se sont beaucoup développés également. »



Une affaire qui roule

TEXTE Catherine Moisy
 PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

En à peine 60 ans, l'entreprise Arthur Welter, fondée à l'origine avec un seul camion dans la commune d'Uebersyren, est devenue un groupe bien connu dont on croise les camions rouges et gris sur toutes les routes d'Europe. L'entreprise familiale est aujourd'hui dirigée par les deux filles du fondateur qui a donné son nom à la société. En plus de l'activité de transport, qui incombe à Viviane Welter, une branche logistique en plein développement est venue s'ajouter il y a quelques années, placée sous la responsabilité de Marianne Welter.

———— L'évolution de l'entreprise en presque 60 ans est très impressionnante. Quel est le moteur de cette réussite ?

Viviane Welter : Au début le secret c'était le pragmatisme de notre père. Par exemple, au moment où il a commencé à travailler pour le transport de l'acier, il a eu l'idée de compléter les chargements en proposant le transport de petits colis. Il a toujours investi dans la flotte et acheté petit à petit de nouveaux camions.

Marianne Welter : Grandir petit à petit et franchir les étapes une à une, tout en ayant une vision à long terme, c'est aussi ça le secret. L'entreprise a évolué avec ses clients qui sont très fidèles et dont la plupart se sont beaucoup développés également. Ensuite, l'avantage des sociétés familiales est que les circuits de décisions sont courts. Que ce soit au sein de la famille ou entre la direction et les employés, le dialogue est constant.

VW : Un élément très important est aussi de savoir prendre des risques à certaines étapes clés. Notre père en a pris un quand il a décidé de se lancer dans le fret aérien pour Cargolux, que les autres transporteurs rechignaient à assurer à l'époque. Ce fut une très bonne décision et c'est aujourd'hui devenu l'une de nos activités principales. Une autre bonne décision a été de déménager l'entreprise de Cessange à Leudelage, pour gagner en surface et permettre d'accélérer notre développement.

Vous êtes la deuxième génération à diriger l'entreprise. Qu'en est-il de la future génération ? S'intéresse-t-elle aux métiers du transport et de la logistique ?

MW : Nos enfants sont régulièrement en contact avec l'entreprise car ils viennent y travailler pendant les congés

« La dimension internationale rend les choses assez complexes car nous devons nous tenir au courant de l'évolution des différentes réglementations des pays où nos camions circulent. »

scolaires et au-delà de ça, ils nous entendent très souvent en parler. Mais ils sont un peu jeunes pour faire un choix d'avenir.

VW : Nous ne leur mettons pas de pression à ce sujet, surtout que nous avons conscience que la taille actuelle de l'entreprise (800 camions, plus de 700 employés, ndlr) peut faire peur.

Les activités transport et logistique sont-elles très séparées ou en interaction permanente ?

VW : Les équipes sont différentes sauf pour les fonctions supports et les commerciaux qui sont communs aux deux activités. Les clients s'adressent à eux quel que soit leur besoin et les commerciaux les conseillent et les orientent vers les bons départements de l'entreprise.

MW : Le transport représente 70% du chiffre d'affaires. C'est l'activité historique du groupe qui s'est fortement développée dans le passé. Maintenant, nous souhaitons vraiment développer la partie logistique (entrepôt, groupage et dispatching de marchandises, préparations de commandes..., ndlr). Nous avons 11.000 m² d'entrepôts ici à Leudelange, nous avons un projet de 25.000 m² en construction à Dudelange et nous visons d'avoir à terme 40.000 m² sur les différents sites.

Quels sont les défis que vous pose la dimension internationale de l'entreprise ?

VW : La dimension internationale rend les choses assez complexes car nous devons nous tenir au courant de l'évolution des différentes réglementations des pays où nos camions circulent. Or les règles en matière de hauteur des véhicules, de charge utile, de poids total autorisé, de transport de matière dangereuse etc ne sont pas les mêmes partout. Nous sommes donc contraints de respecter le plus petit dénominateur commun pour les trajets internationaux. Le challenge c'est de toujours être au dernier

niveau d'information et de faire respecter les différentes réglementations. Pour cela nous avons un service technique de 5 personnes en charge de la communication avec les chauffeurs et ceci en plusieurs langues. Le recrutement des dispatcheurs (personnes chargées d'enregistrer les commandes des clients et de les distribuer en fonction des différents camions disponibles, ndlr) doit aussi tenir compte des contraintes dictées par l'international. Ils doivent être multilingues, avoir de très bonnes connaissances géographiques et être résistants au stress. Ce n'est pas toujours facile à trouver, mais nous complétons les compétences de nos nouvelles recrues par des formations, notamment en langues, lorsque cela est nécessaire. D'après notre expérience, il faut 6 à 7 ans pour être tout à fait formé et expérimenté dans ce métier. Nous avons une bonne vingtaine de ces profils dans l'entreprise, de générations différentes. Ainsi, nous avons pu mettre en place un système de tutorat interne. Pour les chauffeurs aussi, nous constituons des binômes entre jeunes qui débutent et chauffeurs chevronnés.

Est-ce que vous rencontrez des difficultés particulières liées à la crise Covid ?

MW : Nous avons traité des volumes importants au début de la crise car les marchandises alimentaires continuaient d'arriver et certains secteurs un peu moins actifs ont été largement compensés par la nécessité de traiter toutes les livraisons de masques et appareils médicaux arrivant de Chine notamment. Nous avons également mis du personnel à la disposition des hôpitaux pour le déchargement des marchandises et la gestion des magasins de matériels. Nous étions très sollicités par les ministères en charges de la crise car nous représentions un maillon très important de la chaîne d'acheminement de tous les équipements nécessaires. Nous avons même été appelées



01. 02. Les camions, régulièrement remplacés, ont beaucoup évolué depuis les premiers modèles.



01

par le Grand-Duc qui voulait s'enquérir de la bonne marche de l'organisation et nous remercier. Ce fut un grand honneur.

VW : La communication avec les chauffeurs a été très importante car ils avaient des craintes légitimes à continuer de travailler avec la peur d'une contamination. Nous avons déployé des mesures de protection et avons eu recours à beaucoup de pédagogie pour les rassurer. Ensuite, ils nous ont fait part de certains comportements hostiles à leur égard au moment des livraisons, certaines personnes refusant catégoriquement de les laisser utiliser leurs sanitaires ou espaces de repos par exemple. Heureusement, nous avons pu agir au niveau de la profession (Groupement Transports) pour améliorer l'accueil réservé aux chauffeurs sur les lieux de livraison, en expliquant les mesures de sécurité mises en place.

MW : En ce qui concerne le niveau de notre activité, nous constatons qu'il est en dents de scie et que la situation est assez instable.

Les choses changent très vite. Les livraisons de pièces destinées à l'automobile ont chuté, puis repris presque normalement, par exemple. Les activités de transport international ont beaucoup baissé mais heureusement nous sommes diversifiés en termes de secteurs clients et en termes de services offerts.

Votre secteur est souvent décrié pour son impact sur l'environnement, en comparaison du train notamment. Que répondez-vous ?

VW : Pour le type de livraisons que nous faisons, le train ne convient pas vraiment. La plupart de nos trajets sont limités à quelques centaines de kilomètres et pour cela le transport routier est beaucoup plus souple. Nous sommes néanmoins en discussion avec les CFL pour imaginer des solutions conjointes. Cela dit, cela ne nous empêche pas d'être attentifs à l'environnement, notamment en investissant dans des modèles de camions neufs, beaucoup moins

polluants. Nous sommes tout à fait prêts à investir dans d'autres technologies que le diesel, à condition qu'il y en ait sur le marché bien-sûr. Et surtout, nous optimisons les flux des camions de manière à éviter au maximum qu'ils circulent à vide.

Vous êtes membres du Cluster for logistics. Qu'est-ce que cela vous apporte ?

VW : Le cluster réunit des transporteurs, des clients et aussi certains représentants du secteur financier. Cela permet de trouver des solutions conjointes à certaines problématiques. De plus, le cluster manager, Malik Zeniti, participe à de nombreux salons où il représente le Luxembourg et dont il nous rapporte des informations précieuses.

MW : Le cluster est intéressant car il couvre l'aérien et le maritime, en plus du transport terrestre. On y croise des clients, mais aussi des représentants de certains ministères ou des chercheurs de l'Université de



Luxembourg. Pour étudier ensemble des projets de nouvelles lois ou pour mener certaines études ce sont des contacts très utiles.

Vous avez fréquemment recours à l'apprentissage. Est-ce votre façon de faire face à la difficulté de trouver des personnes qualifiées ?

MW : En général, nous prenons en apprentissage un contingent d'environ 5 jeunes qui restent chez nous pendant les 3 ans de leur cursus. Puis nous recommençons un cycle avec un nouveau contingent. Pendant ces 3 ans nous faisons en sorte que chacun des jeunes voie le fonctionnement de plusieurs services. Nos tuteurs ont tous suivi la formation spécifique pour pouvoir encadrer des apprentis mais l'ensemble du personnel a l'occasion de leur enseigner des choses. En moyenne, environ un tiers de ces apprentis rejoint l'entreprise à l'issue de l'apprentissage.

Où en est votre entreprise au sujet de la digitalisation ?

VW : Nous avons toujours été très intéressés par ces aspects. Et certains de nos collaborateurs sont très investis sur ces questions et nous poussent à progresser dans ce domaine.

MW : Quand je pense à l'époque pas si lointaine où les chauffeurs n'avaient pas de téléphone pour être joints durant leur trajet ! Maintenant on est capable de dire en temps réel où se trouve chaque camion. Ce *tracking* n'a pas été immédiatement bien perçu par les chauffeurs mais, à force d'explications, ils ont compris que ce n'est pas eux qui sont surveillés mais la marchandise qu'ils transportent. Pour certains chargements à haute valeur ou dangereux, nous avons même un système d'alerte si le chauffeur s'éloigne de son itinéraire prédéfini, ce qui rassure les clients qui nous confient ce type de marchandises.

VW : Les clients peuvent suivre leur camion

en temps réel grâce au système *Track and trace*. Cette possibilité est notamment très utilisée pour les camions réfrigérés.

MW : Du côté des stocks nous avons mis en place un logiciel de gestion d'entrepôt de type WMS (*Warehouse Management System*), pour gérer les flux de marchandises entrant et sortant. Nous développons également la dématérialisation des devis et des factures. Nous avons encore quelques progrès à faire dans la digitalisation mais avec l'arrivée de jeunes dans l'entreprise cela ira de plus en plus vite.

En 2015, Merkur vous avait déjà rencontrés et vous aviez exprimé des attentes sur la simplification administrative, notamment concernant les déclarations que vous devez faire chaque mois au STATEC. Est-ce que les choses ont évolué ?

MW : A l'époque il fallait remplir des tableaux à la main et toutes les informations



03



04



05



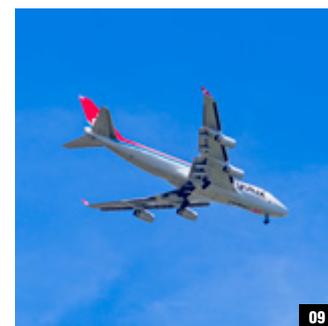
06



07



08



09

étaient réencodées par la suite. Heureusement l'opération est passée en électronique depuis 2 ou 3 ans. Nous avons travaillé avec le STATEC pour mettre au point un fichier qu'ils peuvent utiliser pour toutes les sociétés de transport. En tant qu'entreprise, nous sommes toujours prêts à partager des informations mais il faut que ce soit le plus simple possible pour ne pas nous prendre trop de temps. La crise Covid aura eu au moins ça de bon, que beaucoup de démarches ont été facilitées, en un temps record ! —

03. 04. 05. 06. Les véhicules sont l'image de marque de l'entreprise. Ils sont parfaitement entretenus sur place, et offrent tout le confort possible aux chauffeurs.

07. L'activité logistique consiste à entreposer des marchandises et à préparer et expédier des commandes.

08. 09. Le fret aérien est l'une des activités phare d'Arthur Welter.

10. L'entreprise Arthur Welter, située à Leudelage, assure le transport routier de marchandises entre 22 pays européens.



10

« Les clients peuvent suivre leur camion en temps réel grâce au système Track and trace. »

■ Lien utile :

🌐 www.awelter.com

Meet our Members



— BIOG – OIKOPOLIS —

La Nature comme valeur

TEXTE Corinne Briault PHOTOS Laurent Antonelli/Agence Blitz

Nées il y a plus de trente ans grâce à la volonté d'une poignée de pionniers œuvrant pour la production biologique au Luxembourg, la coopérative Biog et les sociétés d'Oikopolis forment aujourd'hui un groupe comprenant, entre autres, plusieurs enseignes, diverses marques et une fondation, partageant toujours la même ferveur à défendre l'environnement, le développement durable et la bioagriculture.

En 1988, les quelques rares agriculteurs bio du pays fondent *Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg* (BIOG). La coopérative vise à encourager la transformation et la commercialisation des produits bio et Demeter (marque de certification internationale fondée en 1932 pour les produits issus de l'agriculture biodynamique, ndr) luxembourgeois et à soutenir activement l'agriculture biologique et biodynamique. Le premier magasin Naturata naît en 1989. Il ne doit être alors qu'un point de vente provisoire de la coopérative à Luxembourg-ville, mais aujourd'hui il se trouve encore dans ses locaux d'origine de Rollingergrund et reste un des points de vente favoris de la clientèle. Depuis, onze Bio-Marchés Naturata ont vu le jour dans le pays (de Marnach à Dudelange) et ils proposent en moyenne quelque 8.000 articles, de l'alimentation bio aux produits issus de la cosmétique naturelle. La coopérative s'est muée en un groupe composé de plusieurs entités (telles que Naturata, Biogros, Oikopolis Services, Biog Molkerei...) actives dans divers secteurs (magasins, grossiste, laiteries, boucheries, boulangerie...) et détenu, via des souscriptions successives en 1999, en 2005 et en 2013, par la BIOG, la fondation créée par les directeurs fondateurs et des collaborateurs et environ 300 clients copropriétaires du groupe (correspondant à près de 60 % des parts de l'entreprise). Le groupe multiplie également les initiatives et les collaborations internationales pour œuvrer en faveur



01



02



03



04



05



06

01. (De g. à dr.) Anne-Marie Loesch, Head of Business development & CSR à la Chambre de Commerce; Änder Schanck, directeur Oikopolis; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce; Patrick Kolbusch, directeur Biogros; Cindy Tereba, directrice Affaires Internationales de la Chambre de Commerce; Sigmund Walbaum, direction Naturata et Corinne Briault, rédactrice en chef magazine Merkur.

02. 03. 04. 05. 06. Le premier magasin Naturata naît en 1989. Depuis, onze Bio-Marchés Naturata ont vu le jour dans le pays (de Marnach à Dudelange) et ils proposent en moyenne quelque 8 000 articles de l'alimentation bio aux produits issus de la cosmétique naturelle. Le groupe Biog – Oikopolis multiplie aujourd'hui les initiatives et les collaborations internationales pour œuvrer en faveur du développement durable, de l'agriculture biodynamique, de la mise en place de labels éco-responsables.

du développement durable, de l'agriculture biodynamique, de la mise en place de labels éco-responsables (par exemple le label fair&associative et le projet FAIR-BREEDING). Toutes les démarches du groupe s'inspirent d'un idéal d'économie associative. Entretien avec Änder Schanck, directeur Oikopolis et Patrick Kolbusch, directeur Biogros.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

Ils sont de plusieurs ordres. Nous avons acheté à Losch notre premier camion entièrement électrique, ce qui nous permet d'entrer dans la mobilité du futur et l'électrification des transports urbains à zéro émission et à faible pollution sonore. Puis, nous allons réaménager entièrement notre magasin Naturata de Merl. Et, d'un point de vue plus général, nous allons continuer à tout faire pour que l'agriculture biologique

au Luxembourg prenne encore plus d'ampleur. Nous nous félicitons de la reconnaissance du bio par le *Green Deal* européen mais nous allons continuer d'œuvrer pour que la stratégie *Farm to Fork* voit des objectifs concrets mis à jour pour que la transition du secteur agricole vers l'agro-écologie soit une réalité dans un avenir très proche.

Votre plus grande fierté ?

Nous sommes fiers d'avoir été des pionniers actifs dans la promotion au niveau national et au-delà – de l'agriculture bio, de l'économie alternative ou associative – et d'avoir été écoutés dans l'élaboration nationale du règlement européen sur les produits biologiques. Ainsi d'ici 2025, le Luxembourg prévoit que 20% de son agriculture soit bio. Aujourd'hui, nous sommes fiers d'être encore pionniers en œuvrant avec la Fondation OIKOPOLIS et « Terre de Liens » pour

permettre à toutes les personnes qui le souhaitent de s'impliquer activement dans l'agriculture biologique en conservant ou donnant leur terre pour les cultiver au lieu de rentrer dans le système de spéculation immobilière actuelle.

La dernière fois que vous avez douté ?

Tous les jours ! Le doute est nécessaire, mais il ne doit pas être un frein.

Avoir un esprit d'entrepreneur, c'est quoi pour vous ?

C'est être responsable et considérer que le capital de son entreprise n'est pas seulement l'argent mais surtout l'Humain et la Nature. —

Meet our Members



— CELLON LUXEMBOURG —

Safer than safe!

TEXT Cellon / Corinne Briault

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

Cellon is a rapidly growing company established in 1987 to provide products and services to the vaccine production and bioprocessing industries.

In 2010, Cellon built a state of the art production facility to manufacture high-quality single-use disposable bottles and carboys. Cellon's PharmaTainer™ brand bottles and carboys are now recognised as the leading brand of rigid wall container systems for the shipping and storage of bulk bioprocess materials available in the market.

Cellon's areas of expertise include mammalian cell culture processes and the storage and transport of sterile liquids. The success of the company to-date has been built upon an understanding of the requirements of this demanding business sector, which has led to the formation of many collaborative relationships with customers. Such partnerships have enabled Cellon to develop a range of products to meet specific industry needs - in unique, often revolutionary, ways.

In December 2019, Cellon was acquired by the 3i investment group to form a key part of its new single-use bioprocessing platform (CTS) to service the bioprocess and vaccine market worldwide. Today, 53 people work in Cellon Luxembourg and 174 (CTS) worldwide. Cellon Luxembourg has a turnover of 9 EUR million (2019). Interview with Richard Fry, Managing Director, Cellon.



01



02



03



04



05

01. Richard Fry, Managing Director, Cellon (on the right) and Carlo Thelen, Director General, Chamber of Commerce.

02. 03. 04. 05. 06. 07. Cellon is a rapidly growing company established in 1987 to provide products and services to the vaccine production and bioprocessing industries. Cellon's PharmaTainer™ brand bottles and carboys are recognised as the leading brand of rigid wall container systems for the shipping and storage of bulk bioprocess materials available in the market. Cellon's areas of expertise include mammalian cell culture processes and the storage and transport of sterile liquids.



06



07

What projects are you currently working on?

Cellon is very fortunate to work with many of the leading biopharma companies in the world. As such, we are never far away from the next new and exciting project that could have significant healthcare benefits for people around the world.

However, right now we are heavily involved with the design and manufacture of single-use systems being used by a number of the companies leading the development of vaccine candidates for the COVID-19 virus.

What successes are you particularly proud of?

This is hard to say, we have come a long

way over the last thirty or so years and in the last 10 in particular we have developed a great product and have a great team at Cellon, who produce the best products in their field on a daily basis. Of this, we are all very proud. However, at this time in particular, if we can play a part in the battle against COVID-19 and help in the production of a vaccine, that would be pretty hard to beat in terms of a career high.

The last time you had a doubt?

I cannot remember a day when I didn't have doubts! Manufacturing the sort of products we do, that are used in the production of the manufacture of therapeutic drugs and vaccines, we are always challenging and questioning ourselves as to how we could

design better new products and or better manufacture existing ones.

What does it mean for you to have an entrepreneurial spirit?

For me, an entrepreneurial spirit is being open and awake to see the challenges that we have every day as a potential opportunity. An opportunity to do things differently, to make changes, to challenge the status quo and to make a difference. —

Meet our Members



— AROVO —

De l'œuf ou de la poule ?

TEXTE Corinne Briault PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Installée à Niederwampach, au Nord du Luxembourg, la société Arovo s'est spécialisée dans la production d'œufs liquides pasteurisés. Blancs, jaunes et entiers, mais avec des œufs qui viennent tous... des poules !

L'histoire d'Arovo débute il y a environ vingt ans, avec la ferme familiale de poules pondeuses Arend. À la recherche d'une entreprise spécialisée dans la coloration des œufs pour les fêtes de Pâques notamment, Christophe Arend et son frère Jacques découvrent l'entreprise de Denis Baltus à Aubel. Très vite, les entrepreneurs luxembourgeois et belge se lancent ensemble dans la production d'œufs liquides. Finalement un projet d'entreprise est initié en 2015. Arovo voit le jour et la production sur le site actuel de Niederwampach débute en 2016. Si à ses prémices Arovo ne travaille qu'un jour par semaine avec 100.000 œufs traités, la production passe en 2017 à 800.000 œufs par semaine, pour atteindre 1,2 million en 2020 – la limite actuelle de sa capacité. L'usine de Niederwampach effectue tout le processus de la production des œufs liquides, de la réception des œufs de la ferme, en passant par le cassage des œufs, la récupération du blanc ou du jaune ; jusqu'à l'insertion d'une quantité prédéterminée dans un emballage, la fermeture étanche dudit emballage et la pasteurisation. Arovo peut ainsi délivrer des packs d'œufs entiers, ou uniquement de blancs ou de jaunes. Elle utilise la pasteurisation (inventée par Louis Pasteur en 1864), qui permet de détruire les agents pathogènes et les micro-organismes dangereux (les bactéries et les virus, par exemple) en appliquant une quantité de chaleur précise pendant une période de temps déterminée. La pasteurisation est un processus



01



02



03



04



05



06

01. (De g. à dr.) Georges Michels, Vice-président du Guichet Unique PME (GUPME); Christophe Arend et son frère Jacques, Arovo; Nathalie Muller, directrice GUPME; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce et Rob Arend.

02. 03. 04. 05. 06. Arovo effectue tout le processus de production d'œufs liquides, de la réception des œufs de la ferme, en passant par le cassage des œufs, la récupération du blanc ou du jaune; jusqu'au remplissage précis des emballages, à leur fermeture étanche et à la pasteurisation. Arovo peut ainsi délivrer des packs d'œufs entiers, ou uniquement de blancs ou de jaunes.

entièrement naturel qui ne nécessite que la chaleur (aucun produit chimique et aucune irradiation). Le liquide passe dans une série de tuyaux chauffés à une température permettant la destruction des micro-organismes nocifs. Les œufs entiers, ou seulement les blancs ou les jaunes, sont chauffés à une température et à une durée très précises, permettant de les pasteuriser sans les cuire. Les œufs liquides sont ensuite rapidement refroidis, puis directement mis en packs. Ce principe de pasteurisation permet ainsi à Arovo d'être certifiés BIO et HACCP et de collaborer activement avec LuxQM (sécurité alimentaire). La société emploie actuellement huit personnes et livre ses produits en France (75% de sa production), au Luxembourg, en Belgique et en Allemagne. Ses clients sont principalement des professionnels du secteur Horeca. Entretien avec Christophe Arend, gérant.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

Nous avons atteint la limite dans notre capacité de production d'œufs. Nous sommes donc en train de construire une nouvelle usine à Troisvierges. Nous allons passer de 1.000 à 10.000 m² de surface de production. Ce nouveau centre de tri et de production nous permettra de faire de la vente des œufs de ferme, de l'emballage et de l'importation dans des conditions optimales.

Votre plus grande fierté ?

C'est sans doute d'être partis de rien – nous ne connaissions rien à la production d'œufs liquides – et d'avoir réussi à atteindre notre capacité de production en seulement trois ans ! Evidemment cela ne s'est pas fait tout seul, et au début, les nuits ont été courtes, nous étions toujours là pour tout faire, c'était usant, tant pour nous que pour nos familles ! Mais aujourd'hui c'est une fierté !

La dernière fois que vous avez douté ?

Je ne doute pas. Le doute ne fait pas avancer les choses ! Mais quand je regarde en arrière, j'aurais peut-être fait certaines choses différemment. Par exemple, pour l'instant nous n'avons personne chez Arovo pour s'occuper de la maintenance technique et dès qu'il y a un problème, c'est moi qui grimpe sur les machines ! À terme, nous devons peut-être revoir notre gestion des ressources humaines !

Avoir un esprit d'entrepreneur, c'est quoi pour vous ?

C'est ne pas avoir peur de se retrousser les manches et de se lancer dans un nouveau projet. Même quand on a des coups de blues, c'est aller toujours de l'avant, ne pas compter ses heures et ne jamais penser que les problèmes que l'on rencontre n'ont pas de solutions. Il y en a toujours ! —

Meet our People



«C'est toujours une fierté de savoir que les jeunes apprentis réussissent leur parcours»

Sandrina Piquard

Arrivée en 2001 à la Chambre de Commerce au sein du service Apprentissage en charge de la Formation professionnelle initiale, Sandrina est actuellement I-VET (Initial Vocational Education and Training) assistant.

Un mot pour vous définir?
Serviable.

D'où venez-vous?
Je suis née au Luxembourg. Mon père est français et ma mère luxembourgeoise. Je vis en France, mais je vais revenir m'installer à Grevenmacher en décembre prochain.

Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée?

Le confinement lié à la crise de la Covid-19. Ne plus pouvoir voir ma famille et mes amis. La solitude m'a vraiment pesé.

Votre meilleur souvenir professionnel?
Une cérémonie de remise de diplômes avec S.A.R.



le Grand-Duc Héritier. Un honneur pour moi!

Pourquoi faites-vous ce métier?
Parce que suivre des jeunes et les aider aux débuts de leurs carrières professionnelles est passionnant. C'est toujours une fierté de savoir que les jeunes apprentis réussissent leurs parcours.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné?
Croire en soi et en ses capacités.

Votre dernière recherche sur internet?
Plusieurs sites pour trouver un hôtel pour le week-end dans le cadre de l'action des bons d'hébergement du Gouvernement!

Un mot pour vous définir?
Sociable.

D'où venez-vous?
Je suis Belge et je viens de la région d'Arlon.

Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée?
Tous les changements liés à la pandémie et les nouvelles habitudes de travail que nous avons dû mettre en place, notamment le télétravail intensif et généralisé.

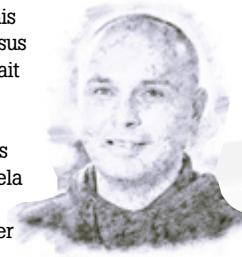
Votre meilleur souvenir professionnel?
Je n'ai pas de meilleur souvenir professionnel précis. Mais, réussir à réaliser correctement et dans les temps impartis les missions que l'on nous confie est une satisfaction.

Pourquoi faites-vous ce métier?
Après le bac, je me suis

inscrit à HEC Liège. Mais j'ai vite délaissé ce cursus car cela ne me convenait pas. J'ai alors suivi des cours de comptabilité. Comptable, ce n'est pas une vocation comme cela pourrait l'être pour un médecin, mais ce métier me plaît car je suis à l'aise avec les chiffres et cela correspond bien à mon caractère, ordonné et structuré.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné?
Vous n'aurez jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression.

Votre dernière recherche sur internet?
Une recherche sur la météo en Corse où je pars en vacances.



Xavier Schandeler

Arrivé en 2012 à la Chambre de Commerce au Département Finance & IT, Xavier occupe actuellement le poste de comptable.

«Un métier qui correspond à mon caractère»

Jil Donnersbach

Jil est entrée le 1^{er} octobre 2013 à la Chambre de Commerce. D'abord en CDD, puis elle a été embauchée définitivement le 1^{er} octobre 2014 aux Affaires Economiques & Avis et Affaires Juridiques (Economic & Legal Affairs) où elle occupe actuellement le poste de secrétaire (assistant).



«Je suis passionnée par le secrétariat»

Un mot pour vous définir?
Minutieuse.

D'où venez-vous?
Je suis née et j'habite au Luxembourg.

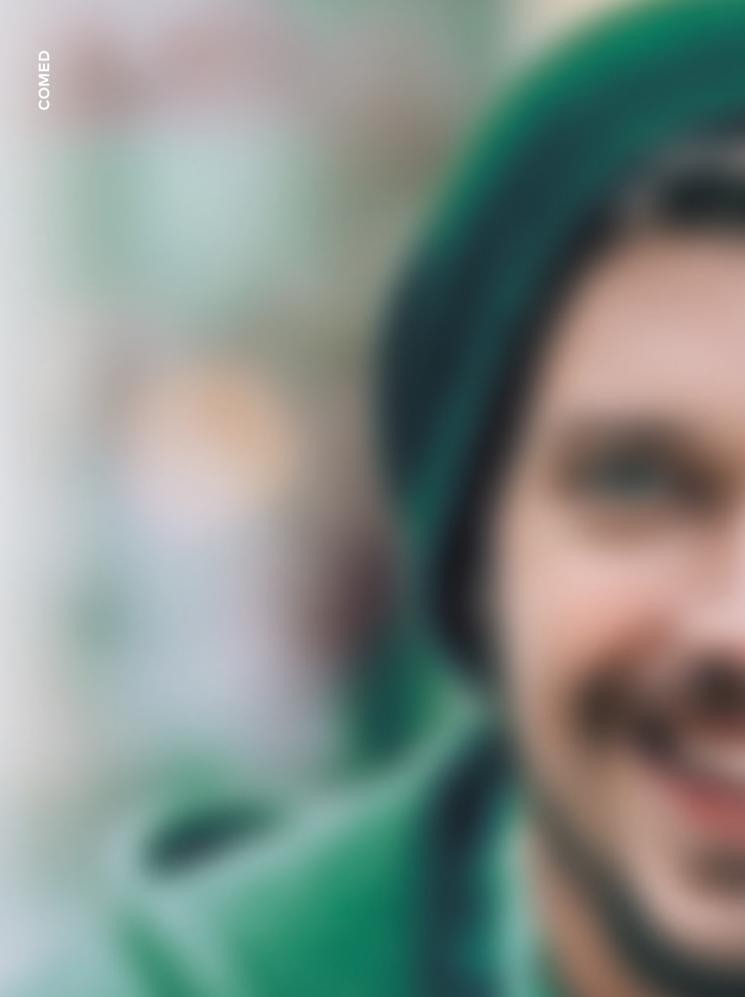
Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée?
Le confinement lié à la crise sanitaire de la Covid-19.

Votre meilleur souvenir professionnel?
Quand j'ai été embauchée en contrat à durée indéterminée après un an de CDD.

Pourquoi faites-vous ce métier?
Je suis passionnée par le secrétariat car les tâches à réaliser sont très diverses.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné?
Avoir confiance en soi.

Votre dernière recherche sur internet?
Le site de la Chambre des Députés afin de consulter les dossiers en cours pour faire la veille journalière des avis.



TALENT CHECK ✓

DÉTECTEUR DE TALENTS

Un apprenti(ssage) peut être la
clé de votre prochain succès...

CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

by
**WIN
WIN**

winwin.lu

In the Spotlight



01. Une grande roue de 50 mètres de hauteur installée au cœur du parc municipal sur la Kinnekswiss, accueille familles et visiteurs. Entre mi-juillet et fin août, 6.500 billets gratuits pour des tours de grande roue gratuits ont été distribués dans les rues de la Ville. Composée de 36 gondoles pouvant accueillir chacune jusqu'à 6 personnes, la roue a également accueilli un lounge avec terrasse.

02. 03. Dans le cadre des « Quartiersfest », les places et parcs des quartiers de la ville ont accueilli différentes animations.

04. 05. L'accès gratuit aux carrousels, manèges pour enfants ou auto-scooters a comblé les visiteurs. Les établissements de gastronomie, confiseries, tirs, pêches aux canards, petits jeux et les stands de vente sont venus compléter l'offre estivale.

06. 07. Une nouvelle édition du projet « Theaterplage » a été mise en place selon les mesures sanitaires en vigueur, de juillet à septembre. Une longue plage de sable de 22 mètres de long sur 16 mètres de large, agrémentée de transats et de parasols aux couleurs « multiplicity », d'une piste de pétanque et de diverses plantes exotiques, a fait le bonheur des petits et des grands. Deux chalets de restauration ont également été installés sur la plage de sable décorée de fanions colorés et de guirlandes lumineuses.

08. Place de la Constitution, au pied de la *Gëlle Fra* (Femme dorée), un village gastronomique, une terrasse-lounge et un marché de camelots ont invité les visiteurs à passer des moments paisibles et à profiter de la vue imprenable sur la vallée située en contrebas et sur les quartiers supérieurs de la capitale.





01

— D'STAD LIEFT / MA VILLE VIT —

Animations estivales dans la capitale

PHOTOS Matthieu Freund-Priacel/Primatt Photography

La majorité des événements «traditionnels» ne pouvant avoir lieu en raison des mesures prises pour lutter contre une propagation du coronavirus, la Ville de Luxembourg a souhaité proposer un programme alternatif d'animations durant l'été 2020. Il s'agit, en premier lieu, de ramener un peu de vie dans les différents quartiers de la ville de Luxembourg après de longs mois de confinement, sans pour autant concentrer les personnes en un seul et même endroit, le tout en respectant les règlements et mesures sanitaires en vigueur.



06



07



08



09



10

09. Tout au long de l'été, les attractions de fête foraine ont permis aux citoyens et visiteurs de la capitale de faire de petites pauses dans les rues piétonnes.

10. La Ville de Luxembourg et la Cinémathèque ont fait revivre la mythique formule du cinéma drive-in née aux Etats-Unis dans les années 1930 et ayant trouvé son apogée dans les années 1950-1960. Ainsi, le *Kino um Glacis* a permis de regarder des films en tous genres et multilingues depuis la banquette de sa voiture. Tandis que le champ du Glacis s'est transformé en une gigantesque salle de cinéma à ciel ouvert, avec un écran géant de 24 mètres de long sur 12 mètres de haut, 27 loges pour 4 personnes et la possibilité d'accueillir quelque 130 voitures, le «Drive-in Food Village» a proposé aux adeptes du cinéma des gourmandises salées et sucrées des fêtes foraines, notamment le fameux *gebakene Fësch* (poisson frit, généralement du merlan ou de l'aiglefin), pour une expérience cinématographique unique, chargée d'émotions, de sensations fortes et de rires partagés.

— VISITE D'ENTREPRISES —

Cap au nord!

Le 03 août, comme il est désormais de tradition, une délégation de la Chambre de Commerce s'est rendue dans le Nord du pays pour visiter quatre entreprises. Ces visites ont non seulement permis à la direction générale de la Chambre de Commerce de prendre le pouls de l'économie régionale, mais également d'être informée par ces entreprises des problèmes auxquels elles sont confrontées. Au fil de cette journée, la délégation a rencontré Armin Wilding de l'entreprise Vision UPS Systems à Beiler, Yves et Marcel Creutz de Creutz & Partners, installés dans leur bâtiment flambant neuf également au centre de Beiler, puis Julien Prégardien de l'Hôtel-Restaurant Lamy à Troisvierges et Christophe Arend de l'entreprise Arovo à Niederwampach.

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize



01



02



03

01. La journée de visite a débuté à Beiler chez Vision UPS Systems. (De g. à dr.) Nathalie Muller et Georges Michels, Vice-président et directrice du Guichet Unique PME (GUPME) du Nord ; Armin Wilding, CEO Vision UPS Systems et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce.

02. Créé en 2003 au Luxembourg, Vision UPS Systems est reconnue dans le monde entier et travaille avec des partenaires dans plus de 40 pays. La société est spécialisée dans les produits et batteries permettant de contrôler la consommation et pouvant enregistrer la production d'énergie solaire des onduleurs existants ainsi que l'autoconsommation domestique.

03. 04. 05. 06. Rendez-vous était ensuite donné dans le bâtiment flambant neuf de Creutz & Partners, à Beiler. La délégation (Georges Michels, Carlo Thelen et Nathalie Muller) a été accueillie par Tom Rasqué, directeur développement & proposition (à dr.) et Marcel et Yves Creutz, président et membre du conseil d'administration (au centre), Creutz & Partners.



04



05



08



09



10

07. 08. 09. Véritable institution, l'établissement désormais tenu par Julien Prégardien existe depuis 1892 et se compose aujourd'hui d'un restaurant, d'une pizzeria, d'un hôtel et d'un « Irish pub ». Il s'y déroule de nombreux événements tout au long de l'année.



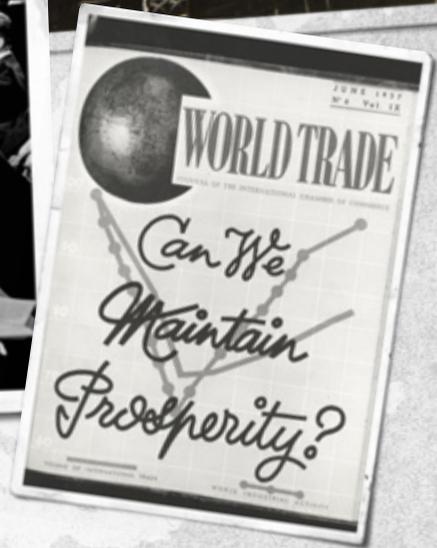
07



06

10. La journée s'est clôturée par une visite de l'entreprise Arovo à Niederwampach. (De. g. à dr.) Georges Michels; Christophe Arend et son frère Jacques, Arovo ; Nathalie Muller; Carlo Thelen et Rob Arend. Arovo s'est spécialisée dans la production d'oeufs liquides pasteurisés (voir rubrique *Meet our members*).

Blast from the Past!



— ICC —

100 years of working towards prosperity for all

Just over one hundred years ago, as the devastating impact of World War I and the Spanish flu pandemic was settling around the world, a dream was conceived in Atlantic City, New Jersey by an international group of entrepreneurs. The dream? To create an international organisation that could look after businesses everywhere. This, they deemed, would be essential in lifting the world from poverty and the rubble of World War I and preserving an open world economy in the future. Faced with a world order in shambles, they considered the private sector best suited to the task. They called themselves 'the merchants of peace' and in 1919, the International Chamber of Commerce (ICC) was founded, an organisation that to this day supports

businesses in securing 'peace, prosperity and opportunity for all'.

Luxembourg is a member of the International Chamber of Commerce (ICC), which consists of national committees of member countries, and twenty years ago, the Merkur cover story highlighted the work of the ICC shortly after its 80th anniversary. Last year, the ICC celebrated its centenary. Celebrations wrapped up in March of this year just as the world braced to face the COVID-19 pandemic crisis, which has reconfirmed the need for the ever-relevant mission of the ICC, as well as Chambers of Commerce everywhere, in supporting the world's business endeavours, and thereby the livelihoods and well-being of the world at large, whether in the best of times, or the worst of times. —

More info:

Original text available in the Merkur online archive:

www.cc.lu/en/merkur/archive/

Further reading:

100.iccwbo.org



CONQUER NEW MARKETS ABROAD



Exploring and conquering new territories is a challenge for any company. Our International Affairs team helps you track down and target high-potential markets.

Tel: (+352) 42 3939-310 • international@cc.lu

CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

LUXEMBOURG
TRADE & INVEST

FOLLOW US:    @CCLUXEMBOURG

WWW.CC.LU / WWW.TRADEANDINVEST.LU

Coming up soon

Calendrier des manifestations

24

SEPTEMBRE 2020
Online

Online workshop : #REACT
Comment devenir chef d'entreprise grâce à la reprise d'une entreprise ? Les décisions, enjeux, défis et planification



Reprendre une entreprise ne s'improvise pas. La préparation est d'autant plus nécessaire, dans le cas où la société visée a déjà des employés, dont l'avenir dépend de la pérennité de l'activité. Il faut être bien conscient que le processus de reprise peut prendre plusieurs mois/années entre le moment où l'on pense à reprendre une entreprise et le moment où l'on en devient le dirigeant.

■ Infos: www.cc.lu rubrique Agenda
cecile.merenne@houseofentrepreneurship.lu
(+352) 42 39 39 363

30

SEPT
— ET
30
OCT

Online

Online workshop : mybusinessplan
les étapes clés pour rédiger un business plan



Pour bien comprendre l'intérêt du business plan (BP), il faut comprendre qu'au-delà du document final qui sera présenté à divers partenaires selon les cas, c'est une proposition de valeur unique qui se dégagera de ce BP. Ce workshop vous aidera à rédiger un business plan qui permettra de convaincre vos partenaires

■ Infos: www.cc.lu rubrique Agenda

Go Digital workshops



In order to help businesses bring digital transformation into their business models, the House of Entrepreneurship provides support to those facing the challenges of digitisation and expanding their use of information technology (ICT). This support is provided in collaboration with Luxinnovation and is three-fold:

- Distributing information and raising awareness on the digitisation of SMEs
- Evaluating the SME digitisation process via self-assessment
- Offering advice, assistance, and training.

■ Dates and complete programme available here:
www.cc.lu Agenda – (+352) 42 39 39 857/871 –
Laurent Lucius / Marion Pailler

ALL YEAR LONG
Luxembourg (LU)

29

SEPTEMBRE 2020
Marseille (FR)

Save the date – « Les opportunités d'affaires Luxembourg – Région Sud »



Invitation à une présentation du Luxembourg et des synergies avec la Région Sud de la France

■ Infos: www.cc.lu rubrique Agenda
laurence.sdika@cc.lu – (+33-1) 45 55 13 37

15

OCTOBRE 2020
Thionville (FR)

Invitation à participer au Salon à l'Envers



La Chambre de Commerce du Luxembourg a le plaisir de vous inviter à participer à la 25^{ème} édition du « Salon à l'Envers » tenue par « Entreprendre en Lorraine Nord » et qui se déroulera le 15 octobre prochain à Thionville. Ce salon vous permettra, en ce temps de crise, d'acquiescer facilement de nouveaux clients et de rechercher en même temps de nouvelles solutions et fournisseurs de confiance pour poursuivre le développement de votre activité.

■ Infos: www.cc.lu rubrique Agenda
salonenvers@cc.lu

Formations Go Digital



Face aux divers défis liés à la digitalisation des entreprises, la House of Entrepreneurship soutient les entreprises encore peu matures au niveau technologique (TIC) dans leurs efforts, en vue de transposer la transformation digitale dans leurs «Business-models». Cet accompagnement, dispensé en collaboration avec Luxinnovation, se fait au travers de trois axes:

- Information et sensibilisation à la digitalisation des PME
- Evaluation de la digitalisation des PME via un auto-diagnostic
- Conseil, accompagnement et formation.

■ Pour consulter les dates et le programme complet des workshops: www.cc.lu
rubrique Agenda – (+352) 42 39 39 857/871
Laurent Lucius / Marion Pailler

TOUTE L'ANNÉE
Luxembourg (LU)



	ENTREPRENEURIAT & GESTION D'ENTREPRISE				
Créativité et innovation	Marketing de l'Innovation - Concevoir et lancer de nouveaux produits et services	11.16.2020		FR	16h
Création et reprise d'entreprise	Reprendre une entreprise en 1 mois	10.05.2020		FR	16h
	ORGANISATION INTERNE DE L'ENTREPRISE				
	Gestion des processus appliquée aux PME	10.22.2020		FR	12h
	BPMN 2.0 - Modéliser efficacement ses processus métier	11.19.2020		FR	16h
Amélioration des processus	Lean Management - Fundamentals	11.12.2020		FR	16h
	RESSOURCES HUMAINES				
Gestion des ressources humaines	Conduire un entretien de recrutement	10.12.2020		FR	14h
Qualité de vie au travail	Risques psychosociaux - Mieux prévenir, mieux gérer pour mieux travailler	11.16.2020		FR	21h
Gestion des rémunérations	Gestion de la saisie et cession sur salaire	10.13.2020		FR	3h
	DROIT				
	Maîtriser les contraintes du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)	10.22.2020		FR	4h
Droit des affaires	Connaitre la législation et les obligations relatives aux commodo-incommodo et droit de l'environnement	11.09.2020		FR	4h
	FISCALITÉ				
Introduction à la fiscalité	Fiscalité luxembourgeoise - Cours accéléré	11.09.2020		FR	8h
	Fiscalité des sociétés au Luxembourg - Application pratique et évolutions récentes	10.06.2020		FR	16h
Fiscalité des entreprises	Fiscalité internationale - Mécanismes des conventions fiscales	10.06.2020		FR	9h
	MARKETING & COMMUNICATION				
Stratégies de marketing et communication	Brand Management - Mise en place et pilotage d'une Corporate Identity	10.22.2020		FR	4h
Techniques de marketing et communication	Storytelling - Fondamentaux	10.29.2020		FR	8h
Marketing digital	SEO - Mécanismes et techniques de référencement naturel pour optimiser sa visibilité sur Google	11.17.2020		FR	8h
	BANQUES				
	Anti Money Laundering (AML) and KYC in Banking - Updates	10.07.2020		EN	2h
Réglementations bancaires	MiFID II - Debt Instruments (FR)	09.28.2020		FR	8h
Digital Finance	Cloud Computing Officer in Financial Institutions - Fundamentals	10.02.2020		EN	4h
	COMMERCE				
	Initiation à la vente pour non-vendeurs	11.19.2020		FR	7h
Techniques de vente et d'achat	Optimiser ses achats généraux et de prestations de services	11.19.2020		FR	7h
	INDUSTRIE				
	Bilan Carbone® - Pour quoi faire ?	11.12.2020		FR	7h
	TRANSPORT & LOGISTIQUE				
	Rules for the Use of Domestic and International Trade Terms - INCOTERMS 2020	11.19.2020		EN	7h
	DÉVELOPPEMENT PERSONNEL				
Organisation de travail	Improve your time management to become more efficient	10.06.2020		EN	7h
Communication professionnelle	Empfang - Herausforderung eines kundenorientierten Unternehmens	10.06.2020		DE	14h
Leadership et Management	Mieux gérer son équipe avec le modèle Process Communication®	10.14.2020		FR	21h

3C Payment **-20**
3i Group **-112**

1,2,3**A,B,C**

Adem **-70, 72**
Administration des Douanes et Accises du Grand-Duché **-38**
AFNOR Certification **-28**
Agence spatiale européenne **-34, 78**
Airbnb **-68**
ALD Automotive **-07**
ALDI Luxembourg **-12**
Alibaba **-68**
Aloha Kids **-14**
Amazon **-68, 74, 92**
Appui au Développement Autonome (ADA) **-08**
Arcelor Mittal **-64, 68**
Archives nationales de Luxembourg **-30**
Arend Christophe **-114**
Arend Jacques **-114**
Arend Rob **-114**
Arovo **-114**
Arthur Welter **-104**
Association pour le Droit à l'Initiative Economique (ADIE) **-08**
Autodesk **-86**
B. Braun Melsungen **-78**
B Corps **-10**
B Medical Systems **-22**
Baltus Denis **-114**
Banque Internationale à Luxembourg (BIL) **-08**
Barnier Michel **-56**
BBVA **-92**
Ben & Jerry's **-10**
BESIX RED **-24**
BGL BNP Paribas **-07, 08**
Bierod Markus **-78**
Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG) **-110**
Biog Molkerei **-110**
Biogros **-110**
Birdee **-07**
Bloomberg **-23**
BLS Energieplan **-30**
BlueKit Factory **-07**
Borguet Alain **-08**
Brasserie nationale **-14**
Buderus **-78**
Bureau Moderne **-12**
Business Club Luxembourg **-78**
Cactus **-08, 68**
Cargolux **-20, 47, 104**
Caritas Luxembourg **-12**
Casse Julien **-84**
Cellon **-112**
CFL Multimodal **-38**

CFL **-68, 104**
Chambre de Commerce **-27, 28, 32, 35, 37, 38, 47, 49, 60, 66, 78, 80, 86, 110, 112, 114**
Cisco **-74**
Civil Maps **-37**
CJUE **-56**
Clifford Chance **-56**
Club Med **-23**
Clément Franz **-64**
CMC Markets **-74**
Commission de surveillance du secteur financier (CSSF) **-92**
Commission européenne **-56**
Conseil Economique et Social **-64**
Continental **-78**
Creas Luxembourg **-07**
Crosslend **-07**
CTG **-14**
Cupcake Babies **-14**

**D,E
F,G**

D+H BeLux **-07**
D+H Mechatronic AG **-07**
Data Things **-34**
Dauvergne-Haddout Inès **-37**
Dentons **-24**
Devis.lu **-24**
Dohogne Geraldine **-06**
Dolas Caner **-86**
Doomernik Chris **-60**
Dussmann Luxembourg **-68**
Eaves Simon **-18**
Electro Security **-08**
emma's **-24**
Enovos **-07, 12**
Enterprise Europe Network-Luxembourg (EEN) **-38**
Ernst & Young **-32**
EUMETSAT **-78**
European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC) **-32**
European Space Resources Innovation Centre (ESRIC) **-34**
Eurostat **-38, 56, 60, 68, 70**
Expo 2020 Dubai **-38**
Facility Impulse **-08**
FANUC **-22**
Fayot Franz **-42**
Ferrari **-92**
Flen Health **-18**
Flibco **-14**
Focuna **-30**
Fond National de la Recherche **-07, 37**
Fondation de Luxembourg **-07**
Fondatioun Kriibskrank Kanner **-35**
Fonds Belval **-30**
Fonds Européen d'Investissement (FEI) **-08**
Fonds Kirchberg **-36**

Foyer **-08**
Frankfurter Allgemeine Zeitung **-78**
Frankfurter Rundschau **-78**
Fresenius **-78**
Frieden Luc **-38, 66**
Fry Richard **-112**
Fédération des professionnels du secteur financier (PROFIL) **-38**
Gamma Technologies **-86**
General Motors **-68**
Genista **-08**
German Commercial Internet Exchange DE-CIX **-78**
Germano Attilio **-92**
Goethe University **-78**
Google **-74**
Graham Kenneth **-18**
Grant Thornton **-24**
Gretzky Wayne **-92**
Gromy Morgan **-32**
Groupe Artea **-06**
Groupe Foyer **-26**
Gruner AG **-86**
Gränitz Axel **-49**
Guichet Unique PME (GUPME) **-114**

H,I,J

Hajjeh Ola **-18**
Hajjeh Pharmacy **-18**
Health Tech Cluster **-60**
Hein Carlo **-10**
Hemmerling Felix **-84**
Hensoldt **-78**
Henzig Luc **-32**
Hodson Chris **-74**
Hogan Bill **-18**
Hotton Marc **-26**
House of BioHealth **-60**
House of Entrepreneurship **-27, 28, 37 38**
House of Finance **-78**
House of Startups **-26, 86, 92**
House of Training **-32, 38**
Hôtel des Postes **-06**
ICN Development **-24**
IFO Institut **-70, 72**
Imagine for Margo **-35**
Immotop.lu **-12, 24**
IMS Luxembourg **-22**
INDR **-28**
INFPC **-35**
Ingénieurs-Conseils **-30**
InjectiIT **-84**
Innocent Drinks **-10**
Institut de la Grande Région (IGR) **-38**
Integrated Biobank of Luxembourg (IBBL) **-32**
Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust (SnT) **-34**
International Chamber of Commerce (ICC) **-38, 122**

ISO **_22, 28**
Jevanesan Jayan **_86**
Jobtoday **_07**
Johnson Boris **_56**

K, L M, N

Key Job **_35**
KickCancer **_35**
Kidola **_84**
Kiselev Denis **_92**
Kleos Space **_16**
kodehyve **_84**
Kolbusch Patrick **_110**
Kultur:LX **_30**
Labgroup **_22**
Laboratoire national de santé (LNS) **_32**
Lalux **_24**
Legitech **_16**
Leica **_78**
Lenovo **_14**
LISER **_64**
LIST **_34**
Loesch Anne-Marie **_110**
LSA **_34**
Luxair **_10**
LuxAI **_07**
Luxembourg City Incubator (LCI) **_86**
Luxembourg for Finance **_38**
Luxembourg for Tourism **_32, 35**
Luxembourg Institute of Health (LIH) **_60**
Luxembourg Open Innovation Club (LOIC) **_26**
Luxembourg School of Business (LSB) **_22, 24**
Luxembourg Trade and Investment Offices (LTIO) **_38**
LuxExpo The Box **_32**
Luxinnovation **_27, 37, 38, 60, 86, 92**
Luxtram **_07**
Lyon Ben **_32**
Maas Yves **_32**
Madden David **_74**
Mama Shelter **_23**
Mangopay **_07**
Mastercard **_92**
McKinsey **_38**
Merck **_78**
Merkel Angela **_56**
Metaform **_38**
Meutes Marco **_110**
Michels Georges **_114**
Microlux **_08**
Microsoft **_68, 74**
Milestone Consulting Engineers **_30**
Ministère de l'Economie **_27, 34, 37, 38, 42, 80, 86**
Ministère de la coopération et de l'action
humanitaire **_42**
Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et
de la Jeunesse **_36**

Ministère des Finances **_92**
Ministère du Logement **_32**
Morbé Muriel **_32**
Muller Nathalie **_114**
music:LX **_03**
Nations Unies **_10, 28**
natur&emwelt **_34**
Naturata **_110**
Netflix **_74**
Neuberg Luc **_32**
Nextlaw In-House Solutions **_24**
Njavro Marin **_24**

O, P Q, R

Oberweis Jeff **_22**
Oberweis Tom **_22**
Oberweis **_22**
Observatoire du Développement International (ODI) **_38**
Office du Ducroire (ODL) **_38, 42, 80**
Oikopolis Services **_110**
Oikopolis **_110**
Olivier Wyman **_56**
OMS **_10**
Opel **_78**
Organisation de coopération et de développement
économique (OCDE) **_38, 56**
Organisation indienne de recherche spatiale (ISRO) **_16**
Organisation mondiale du commerce (OMC) **_38, 56**
Ozimek Lukasz **_84**
Pasteur Louis **_114**
Patagonia **_10**
Paul Bretz Architectesg **_30**
Paul Wurth Deutschland GmbH **_78**
Pearson Christian aka Sumo **_10**
Planet **_20**
Polygon Group **_49**
Porr AG **_86**
POST Luxembourg **_06, 07, 68**
PwC **_68**
Ramborn Cider Co. **_10**
Reading Luxembourg **_30**
REED & SIMON. **_12**
Romain Schmitz architectes & urbanistes **_06**

S, T, U

S. FISCHER Verlag **_78**
S.A.R. la Grande-Duchesse héritière **_38**
S.A.R. la Grande-Duchesse **_38**
S.A.R. Le Grand-Duc héritier **_38**
S.A.R. le Grand-Duc **_38**
Safko Stefan **_37**
Sanichauer **_08**

Satispay **_16**
Schanck Änder **_110**
Schmit Georges **_92**
Scholtes Karin **_32**
Schonkert Laurent **_66**
SecurityScorecard **_18**
Service des sites et monuments nationaux (SSMN) **_24**
SESAMm **_23**
SES **_37**
SIBS **_92**
Skype **_74**
Snapchat **_74**
Snapswap **_92**
So Graphiste **_34**
Spaceflight **_16**
Spuerkeess **_24**
Standard & Poor's **_56**
Starck Philippe **_23**
STATEC **_56, 68, 104**
Strasser Claude **_06**
Straus Maxim **_42**
Tanium **_74**
Tereba Cindy **_47, 80, 110**
The Economist **_56**
The Space Factory **_38**
Thelen Carlo **_32, 66, 110, 112, 114**
Tihanyi Reka **_84**
Tomorrow Street **_18**
Tontarelli Sergio **_92**
Tontarelli **_92**
Trade and Investment Board (TIB) **_38**
TRALUX Immobilier **_24**
Trendiction **_07**
Trigano Benjamin **_23**
Trigano Jérémie **_23**
Trigano Serge **_23**
Tsume Art **_16**
Uber **_74**
Université du Luxembourg **_34, 37**

V, W, X Y, Z

Viessmann **_14**
Ville de Luxembourg **_27, 86**
Villero & Boch **_24**
Volkswagen **_78**
Voltranovos **_07**
Voyages Emile Weber **_12**
Voyages Unsen **_12**
Wagener Marc **_32**
Weis Sothène **_06**
Welter Marianne **_104**
Welter Viviane **_104**
World Economic Forum **_18**
Xpertiz **_16**
Yuan Eric **_74**
Zeniti Malik **_104**
Zoom **_74**

Impressum

Éditeur

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg
E-mail: chamcom@cc.lu
Internet: www.merkur.lu
ISSN: 2418-4136

Rédaction

Tél: (+352) 42 39 39 380
Fax: (+352) 43 83 26
E-mail: chamcom@cc.lu
Internet: www.merkur.lu

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg

Régie

2 rue Christophe Plantin
L-2339 Luxembourg
Tél: (+352) 4993 9000
E-mail: info@regie.lu
Internet: www.regie.lu

Communiqués de presse

merkur@cc.lu

Abonnements

Pour tout abonnement, merci
de vous rendre sur le site:
<http://www.cc.lu/merkur/abonnement>

Formule standard

6 numéros / an
Membres de la Chambre
de Commerce: gratuit
Non-membres: 15 euros / an

Directeur

Communication et Marketing

Patrick Ernzer — patrick.ernzer@cc.lu

Rédactrice en Chef

Corinne Briault — corinne.briault@cc.lu

Rédaction

Lucie Barberini — lucie.barberini@cc.lu
Hannah Ekberg — hannah.ekberg@cc.lu
Sonia Jourdan — sonia.jourdan@cc.lu
Catherine Moisy — catherine.moisy@cc.lu
Marie-Hélène Trouilleux —
marie-helene.trouilleux@cc.lu

Régie publicitaire

Regie.lu S.A.

Prochaine édition

19 novembre 2020

Illustration de la couverture

Janis Andzans

Collaborations

Fondation IDEA
Affaires économiques,
Chambre de Commerce
Affaires Internationales,
Chambre de Commerce

Photographes

Laurent Antonelli
Emmanuel Claude
Pierre Guersing
Matthieu Freund-Priacel
Michel Zavagno

Conception graphique du poster

Plan K /
Chambre de Commerce

Direction Artistique et mise en page

lola strategy&design

Tirage

37.000 exemplaires



Please Recycle

Finished reading this publication?
Archive it, pass it on or recycle it.



Les articles publiés et signés n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs et ne reflètent pas forcément l'opinion de la Chambre de Commerce, qui ne peut donner aucune garantie expresse ou implicite sur l'exactitude, l'exhaustivité, la véracité, l'actualité, la pertinence ou la fiabilité des informations figurant dans le Merkur.

© Copyright 2020 - Chambre de Commerce, tous droits réservés. Toute reproduction totale ou partielle est interdite et la propriété exclusive de la Chambre de Commerce. Si vous souhaitez obtenir des droits d'utilisation du contenu/de reproduction, contactez Luxembourg Organisation For Reproduction Rights, Luxorr: www.lord.lu



À LA RECHERCHE DE FUTURS TALENTS?!

ALORS RENDEZ-VOUS SUR WWW.HELLOFUTURE.LU



HELLOFUTURE.LU
your job in industry

Vous travaillez dans l'industrie ?

Vous êtes à la recherche
d'un stagiaire hors du commun ?

Publiez le profil de votre entreprise
sur HelloFuture.lu pour attirer les
meilleurs jeunes talents du pays !

LES PARTENAIRES DU PROJET



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

**CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG**
POWERING BUSINESS

FEDIL
The Voice of Luxembourg's Industry

The Making of...

Plan K

plan K, c'est qui ?

Une équipe de 15 passionnés.

Par quoi ?

La stratégie, les concepts, les blagues, les médias, le design, les couleurs, la typographie, l'odeur du papier, les supports digitaux.

Pour qui ?

Pour tous ceux qui ont des besoins de communication, qu'ils soient indépendants, du secteur public ou privé etc.

www.plank.lu

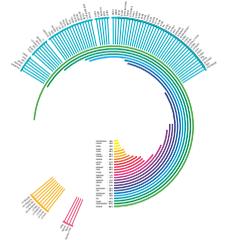


1

Inspiration

Les cartes du monde sont toujours un gros défi à réaliser. En effet, elles sont par nature, contraignantes (on ne peut changer la taille des pays ou changer les frontières) et la quantité d'informations à y intégrer était conséquente.

Très vite nous avons donc réalisé les premières ébauches d'un design épuré, mais surtout très clair !



2



Processus créatif

Dans un premier temps, nous avons révisé notre géographie mondiale. Ensuite, nous avons réfléchi à un moyen graphique de synthétiser toutes ces informations complexes. La carte, les lignes qui pointent vers les différentes capitales etc. ne sont finalement qu'une toile de fond qui vient contextualiser l'infographie. L'essentiel est de pouvoir lire le nom des pays et les informations s'y rapportant.

3

C80 M0 Y20 K0
R78 G173 B200

C0 M85 Y25 K0
R201 G66 B117

C0 M30 Y100 K0
R234 G184 B15

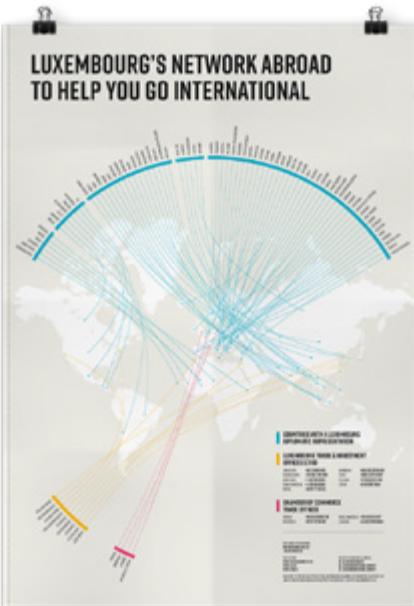
C0 M0 Y5 K8
R240 G239 B232

Des contrastes avant tout

Un fond clair pour plus de fraîcheur qui vient alléger l'ensemble. Des couleurs plus vives pour les informations à mettre en avant. Un style moderne qui contraste avec la classique mappemonde.

4

L'aspect statique d'une carte du monde est ainsi contrebalancé par le mouvement créé par les arcs de cercle et les lignes, ce qui illustre parfaitement la notion de développement, d'échanges, dans toutes leurs complexités.



« Au briefing, à l'ouverture du document Excel de 243 lignes ... Il y a eu une petite panique chez les designers... Mais c'est ce challenge graphique qui les pousse à se dépasser ! »

Boost and protect your exports

The one stop-shop of the Luxembourg Government that offers financial support for promotion and exhibition costs as well as insurance solutions for international trade and investment risks.

ODL 
LUXEMBOURG EXPORT CREDIT AGENCY

www.odl.lu

ENCAISSEZ VOS FACTURES EN LIGNE MÊME SANS SITE E-COMMERCE

Grâce à Saferpay Secure PayGate, vous pouvez facilement générer des liens de paiement et les inclure sur vos factures ou bien les transmettre par e-mail à vos clients. Le paiement s'effectue par carte bancaire en quelques clics sur une page de paiement sécurisée hébergée par SIX Payment Services en ligne. Plus d'erreur de saisie : la réconciliation est facilitée et vous êtes immédiatement notifié.

Pour plus d'informations, contactez-nous au +352 355 66 444
ou commercial.lux@six-payment-services.com.

worldline.com
six-payment-services.com