

MERKUR

Magazine de la Chambre de Commerce du Luxembourg

Juillet | Août 2018



4€

22

9 770241 841366

Clusters
Fédérer pour innover



BusinessEurope

Toujours plus de proximité pour vos affaires

- Forfait tout-en-un: appels, SMS et internet mobile 4G
- Zéro frais de roaming en Europe
- Facturation à la seconde
- Tarifs avantageux pour vos consommations en dehors de l'Europe

www.business europe.lu • 8002 4000
Offre réservée aux clients professionnels



L'ART DU PARTAGE

On ne s'attend pas forcément à ce que des valeurs universelles et humanistes telles que le partage et la collaboration trouvent leur place dans une économie de marché qui, par définition, place les entreprises en situation de concurrence en les forçant à rivaliser pour s'attirer les faveurs des consommateurs.

Dans une logique de marché concurrentiel, deux entreprises qui convoitent un même marché et visent une même clientèle n'auraient, de prime abord, aucune raison de collaborer, voire de partager leur savoir-faire, car la logique de marché voudrait qu'un tel partage équivaille à la perte de tout avantage compétitif (supposé ou réel).

pour des entreprises issues d'un même secteur d'activité et potentiellement ou ouvertement concurrentes de se laisser séduire par l'idée de se regrouper en « grappes d'entreprises ». Comme la concurrence est aujourd'hui globale, le fait d'organiser localement en réseaux des entreprises et des acteurs institutionnels et publics peut se révéler être une stratégie efficace pour fédérer les énergies et conquérir ensemble des parts de marché qui seraient individuellement inaccessibles.

À condition d'être bien encadrée et structurée, la collaboration au sein d'un cluster apporte des avantages compétitifs à l'ensemble de ses membres en encourageant

projets communs et innovants, pour permettre ensuite aux entreprises impliquées d'occuper une position de premier plan sur des marchés porteurs ou identifiés comme prioritaires pour le développement du pays.

Le potentiel bénéfique apporté par le recours stratégique aux valeurs de partage, de la collaboration et de la confiance mutuelle ne se mesure cependant pas seulement en termes de gains de compétitivité, de productivité et d'innovation des secteurs organisés en clusters, mais se déploie aussi pleinement en matière de promotion commerciale.

La nouvelle stratégie de promotion économique introduite en février 2017 et basée justement sur une concertation et collaboration renforcées entre autorités gouvernementales, ambassades, LTIOs et acteurs du secteur privé dont la Chambre de Commerce (qui a le lead en matière de promotion du commerce extérieur), commence à porter ses premiers fruits et permet aujourd'hui au Luxembourg de se présenter de manière bien plus cohérente et convaincante aux investisseurs étrangers.

La volonté d'encourager la collaboration à tous les niveaux et de fédérer les compétences et services a également été à l'origine de la décision de la Chambre de Commerce de lancer trois nouvelles maisons entièrement dédiées au soutien et au développement de l'entrepreneuriat dans toutes ses formes : la House of Training, la House of Entrepreneurship et tout récemment la House of Startups (voir pages 106-109).

Dans un contexte mondial marqué par des conflits, fractures et discordes en tout genre, la redécouverte des vertus du partage et de la collaboration s'impose comme la seule réponse possible aux défis majeurs de notre époque. ●

“

La collaboration au sein d'un cluster apporte des avantages compétitifs à l'ensemble de ses membres en encourageant l'innovation.

”

Le partage et la collaboration sont pourtant deux des valeurs essentielles sur lesquelles se sont construits les 11 clusters que l'on compte aujourd'hui au Luxembourg. Car contrairement à ce que l'on pourrait supposer, il existe bien des raisons pertinentes

l'innovation et les projets collaboratifs, notamment en matière de recherche et de développement. Tout l'enjeu des clusters est donc de s'appuyer sur les synergies et la confiance créée entre les différents acteurs par le biais de coopérations concrètes sur des

Patrick Ernzer
Rédacteur en chef





www.routex.com

BP + Aral Routex Card Luxembourg

Plus de 20.000 stations à travers 29 pays.

Offrez-vous le 1^{er} réseau stations-service du Luxembourg et l'un des 1^{er} réseau multi-enseignes d'Europe!

Contactez-nous immédiatement pour profiter de nos conditions AutoFestival*!

Service Aral Card Luxembourg :
tél. : 34 62 62-29 ou sur aralcard@aral.lu

*sous réserve d'acceptations de votre dossier par notre service crédit.



Alles super.

MERKUR

Juillet | Août 2018

08 — 40 NEWS

08 ENTREPRISES

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

26 INSTITUTIONS

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

58 — 68 ÉCONOMIE

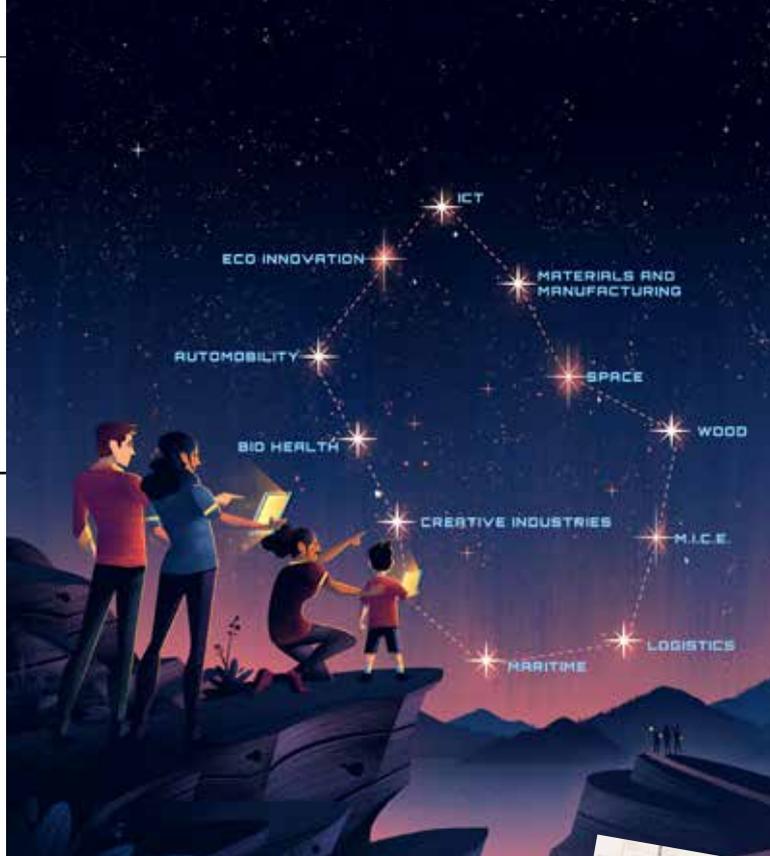
58 Enquête IMD 2018

Le Luxembourg perd des points

64 17. Deutsch-Luxemburgische Wirtschaftskonferenz Fachkräftesicherung ist Zukunftssicherung

66 Vieillessement de la population Financement : prudence!

68 Le chiffre du mois J-110 pour les élections législatives



42 — 57

DOSSIER

Clusters

Fédérer pour innover

Depuis 2002, l'État luxembourgeois encourage la constitution de clusters pour les secteurs jugés prioritaires pour la diversification économique du pays, afin de fédérer les acteurs, valoriser les compétences et expertises et concrétiser des opportunités.

POSTER
La constellation
des clusters

FICHE IDEA

FICHE DÉTACHABLE N° 12:
Renforcer la recherche



72 MARKET WATCH

Côte d'Ivoire
Vers un second boom?

74 — 82

GRAND ENTRETIEN

Sasha Baillie

74 « Le Luxembourg a des atouts que d'autres n'ont pas »

Officiellement nommée en avril dernier à la tête de Luxinnovation, l'agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, Sasha Baillie affiche un parcours professionnel émaillé d'expériences, notamment à l'international, au croisement de la diplomatie et de l'économie.

Tine A. Larsen

80 « Assurer un équilibre entre guidance et contrôle »

Le règlement général sur la protection des données nouvellement applicable en Europe va avoir un impact sur toutes les entreprises, entraînant de nouvelles obligations et renforçant le pouvoir des autorités de contrôle, telles que la Commission nationale pour la protection des données (CNPD).





84 – 90 STARTUPS

Yves Back

84 **Oscar Sleep: Morphée dans les bras d'Oscar**

Georges Waringo

88 **Pulsa Pictures: le choc des images**



92 – 99 SUCCESS STORY

Vincent Nizet

92 **Elysée Concept: baignoires à haut niveau de service**

Carine Smets

96 **Groupe Smets: assortiment sélectif**



100 – 105 VISITE ENTREPRISE

Contern SA

100 **Une entreprise en béton!**

Heederhaff

102 **Le bonheur est dans le pré**

Distillerie Muller-Lemmer

104 **De fruits, de légumes et d'alambic!**



106 – 121 RETOUR EN IMAGES

106 Photo du mois

House of Startups: pendaison de crémaillère

108 **HoST: "the place that never sleeps!"**

110 **Les 10 bougies du Cluster maritime luxembourgeois**

112 **Visite royale néerlandaise**

114 **Export Award 2018**

120 **Vivatechnology 2018**

122 – 125
AGENDA

130

CARTE BLANCHE

Paul Marceul

Une approche holistique encore en jachère



ECONOMY

62 **ICT Spring 2018**

Discussing innovation



BUSINESS VOICES

70 **Life online**

Can people form a real "community" when someone else is making all the rules?



PICTURE REPORT

116 **BCBL: new opportunities in space**

118 **Paving new ways to Middle East**

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



MAISONS DU MONDE

UN MAGASIN À LA BELLE ÉTOILE

Déjà présent au Grand-Duché de Luxembourg, Maisons du Monde a ouvert les portes de son troisième magasin dans le Shopping Center La Belle Étoile.

Créée à Brest il y a plus de 20 ans, l'enseigne de décoration et d'ameublement inspirée des influences du monde entier a ouvert une troisième boutique au Luxembourg.

Maisons du Monde, c'est une recette savamment élaborée reposant sur les dernières tendances, se renouvelant fréquemment et proposant différents

styles. Dans le nouvel espace de 1.676 m² sur deux niveaux de La Belle Étoile, les clients pourront découvrir tous les univers liés à l'aménagement de la maison - déco, luminaires, textile, arts de la table ou mobilier -, ainsi qu'un corner junior, tous mis en avant dans des ambiances soignées. Le concept de la boutique à La Belle Étoile dispose également



d'un espace « conseil déco » pour profiter de l'expertise d'une équipe de 12 personnes (dont 9 collaborateurs nouvellement recrutés) sur toutes les collections de la marque, afin de permettre à chacun de créer son univers selon ses inspirations. Décrypter les nouvelles tendances, capter l'évolution des modes de vie, mixer les styles :

voici ce qui anime Maisons du Monde depuis sa création et lui permet de créer et de développer des collections uniques, sans cesse renouvelées. Ici, pas de diktats, les meubles et les accessoires de décoration ne s'attachent pas à un style mais bien à tous les styles, afin de refléter la personnalité, les émotions et les goûts de ses clients. ●



FOYER

LANCEMENT DE DEUX PROJETS AVEC LE SNT DE L'UNI

Pour répondre aux nouveaux besoins de sa clientèle dans un contexte marqué par la transformation digitale et les nouvelles technologies, le groupe Foyer a entamé une collaboration avec le SNT.

Le partenariat, signé le 5 juin 2018 avec le SNT (Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust), le centre de recherche de l'Université du Luxembourg dédié aux technologies de l'information et de la communication, s'étend sur une durée de quatre ans et porte sur le cofinancement de deux doctorats, le premier dans le domaine de la data et le second sur la nouvelle mobilité luxembourgeoise. L'évolution du paysage concurrentiel, la digitalisation de l'écosystème et les nouvelles habitudes de consommation sont une formidable opportunité de réinventer le métier d'assureur. Les acteurs du marché doivent désormais travailler la donnée ou « data ». Le groupe Foyer a inauguré, fin 2017, son nouveau centre d'expertise analytique en charge de la gouvernance et de l'exploita-

tion des données, le Data Studio. Cette équipe pluridisciplinaire réinvente la manière dont sont identifiées, sécurisées et traitées les données stratégiques de Foyer et sera désormais épaulée par les compétences du SNT.

Face à l'augmentation constante du nombre de résidents et de navetteurs frontaliers, les questions de mobilité doivent être repensées.

La voiture autonome, électrique et partagée constituera indéniablement une solution d'avenir. Foyer accompagne ce changement en vue d'adapter son offre. Son partenariat avec le SNT permettra, grâce à l'usage du véhicule autonome équipé par l'Université du Luxembourg, de sensibiliser le public luxembourgeois aux enjeux de la conduite autonome et d'anticiper les nouveaux besoins en la matière. ●



REED&SIMON / BUREAU MODERNE

VITRA S'EXPOSE

Vitra, l'éditeur de meubles d'« auteurs » – comme l'on appelle les designers chez Vitra –, a conçu une exposition itinérante qui se déplace depuis 2017 chez ses revendeurs à travers le monde.

L'exposition intitulée *The original comes from Vitra* fait une halte au Luxembourg jusqu'à la fin du mois et investit le show-room de Reed&Simon / Bureau Moderne (7A, rue de Bitbourg dans la zone industrielle de Hamm).

The original comes from Vitra met en scène des meubles classiques et contemporains. Chaque module de l'exposition est dédié à un original de Vitra et fournit des informations détaillées sur son origine et ses caractéristiques.

À découvrir par exemple, l'histoire de la chaise Tip Ton conçue par Edward Barber et Jay Osgerby, dont le développement a commencé en 2008 avec un concours destiné à l'ameublement de la nouvelle Royal Society of Arts Academy à Tipton. À la recherche de meubles appropriés, les deux

créateurs britanniques se rendirent rapidement compte qu'une chaise convenant à l'apprentissage au 21^e siècle faisait défaut. Sur base de cette constatation, ils développent la chaise inclinable en avant Tip Ton, entièrement en plastique, en collaboration avec Vitra.

Le processus de développement de ce siège y est présenté à l'aide de dessins techniques, de croquis, de maquettes en résine et de prototypes.

À l'instar de la chaise Tip Ton, les particularités de chaque produit original exposé, qu'il s'agisse de sa genèse, de ses caractéristiques, de sa fonction ou de son effet, sont présentées de manière inspirante pour tous les amateurs de design. Entrée libre pendant les heures d'ouverture du show-room Reed&Simon / Bureau Moderne. ●

BRÈVES



PM-INTERNATIONAL

Un quart de siècle !

Basée à Schengen, PM-International a célébré en grande pompe son 25^e anniversaire en présence de plus de 13.000 invités, partenaires et employés du monde entier. Fondée en 1993 par Rolf Sorg, l'entreprise figure aujourd'hui parmi les sociétés leaders dans le domaine de la santé, du bien-être et de la beauté en vente directe.

ARMACELL

Acquisition of De Xu

Armcell, a global leader in flexible foam for the equipment insulation market and a leading provider of engineered foams, acquires De Xu (Guangdong De Xu Insulation Materials Co. Ltd). The company is a local manufacturer of flexible elastomeric foam under the Sinoflex brand and operates from its Yingde facility in the province of Guangdong in Southern China. The transaction includes two production lines in De Xu's production site in Yingde and the intellectual property of Sinoflex. With 40 employees, De Xu is located in proximity to Armcell's manufacturing facilities in Panyu.

BRÈVES



BÂLOISE

Un partenariat très rock

Bâloise Luxembourg et la Rockhal ont signé le 4 juin un contrat de sponsoring pour une durée de trois ans. L'univers de la musique est déjà associé à la marque Bâloise grâce au festival de musique Baloise Session, organisé en Suisse depuis 32 ans et sponsorisé par Bâloise depuis 2013. Bâloise s'associe donc également à la scène musicale du Luxembourg avec le souhait de « cibler les tribus, d'aller au plus près des communautés en les rejoignant autour de thématiques qui leur sont chères, en les retrouvant dans leur quotidien, lors de moments de vie qui les font vibrer », explique Romain Braas, CEO de Bâloise Luxembourg.

LAMESCH

En ligne mais mieux

Lamesch a refondu son site Internet lamesch.lu pour une meilleure expérience utilisateur. Le nouveau site permet d'accéder à l'ensemble des services proposés, soit en choisissant un profil utilisateur (entreprise, administration, particulier ou professionnel de santé), soit en sélectionnant une rubrique (assainissement, location, traitement ou collecte). Des demandes de devis peuvent être soumises à tout moment lors de la navigation, grâce à des formulaires détaillés. Lamesch s'engage à y répondre dans les plus brefs délais. Ce site, conçu en responsive design, sera bientôt disponible en allemand.



CACTUS

22^e Shoppi

Créé en 2008, Cactus Shoppi poursuit sa conquête du marché luxembourgeois. Grâce à un accord passé avec EG Group, acteur international du secteur pétrolier, l'enseigne a inauguré le 14 juin à Mersch sa 22^e boutique. Ce 47^e magasin complète la grande famille Cactus, qui ne cesse de

s'agrandir pour s'affirmer en tant que leader du marché de proximité au Luxembourg. Dans les mois à venir, les deux partenaires inaugureront neuf autres Cactus Shoppi dans des stations-service Texaco. EG Group (Esso, Texaco, BP, Shell et Firezone) est propriétaire de 3.600 stations-service dans sept pays d'Europe, dont plusieurs centaines au Benelux. ●

SILVER SQUARE

**COWORKING
STYLÉ**

Silversquare a ouvert, courant mai, un nouvel espace de coworking, au cœur de la ville de Luxembourg, à deux pas de la gare.

Situé à proximité de la place de Paris, le lieu a été imaginé par le cabinet d'architectes Out of Office. Sur 2.300 m² et cinq étages, pouvant accueillir jusqu'à 250 personnes, il offre un mix de bureaux privatifs et d'espaces collaboratifs permettant de travailler selon ses envies. Silversquare a fait le choix d'utiliser des matériaux naturels et de meubler les espaces de travail avec des bureaux ergonomiques classiques ou prenant la forme d'alcôves, de cockpits ou de tables hautes, dans le but d'offrir le meilleur bien-être possible.

Le site met à la disposition de ses occupants toute une palette d'outils et de services performants : accès 24 h/24, 7j/7, Internet haut débit,



salles de réunion, espaces de détente et réception / accueil.

Au-delà de la location d'espaces de travail à des startups, des PME ou des groupes, l'ambition de Silversquare est de favoriser l'émergence d'une véritable communauté partageant une même passion pour l'entrepreneuriat. Pour dynamiser cette communauté et favoriser le networking, Silversquare Luxembourg accueillera régulièrement des workshops, des conférences, des tables rondes et d'autres événements. Le centre de Luxembourg est le cinquième de la marque Silversquare, qui en gère déjà quatre autres en Belgique pour un total de 17.230 m². ●

MONDORF

DOMAINE THERMAL
Bulle anti burn-out

La Bulle de Repos, centre dédié au syndrome du burn-out, propose désormais ses services au Luxembourg, en partenariat avec le domaine thermal de Mondorf-les-Bains. Un programme individualisé d'une semaine, établi pour chaque client, combine la sophrologie avec différentes disciplines et techniques : médecine traditionnelle, naturopathie, psychologie, coaching, massages et soins divers... La Bulle de Repos s'adresse à toute personne victime de burn-out, ou qui ressent encore les effets d'un burn-out récent, mais aussi à tous ceux qui se sentent épuisés, surmenés, dépassés ou en manque d'énergie. ●

La nouvelle Classe C avec Mercedes *me*

On n'arrête pas le progrès.

À partir de € 329/mois TVAC.*



4,2 - 8,3 L/100 KM • 111 - 189 G CO₂/KM (selon les normes NEDC).

*Renting financier pour une Classe C 160 Business Solution Break (boîte automatique) avec un prix catalogue conseillé à partir de € 37.557,00 TVAC. Action valable du 01/06/2018 au 31/08/2018 inclus. Durée 48 mois. Ce loyer comprend le loyer financier TVAC. Loyer prépayé : 20 % + TVA. Non cumulable avec les conditions star (4 & 5). Sous réserve d'acceptation du dossier et de modification de tarif. Mercedes-Benz Financial Services Belux SA - Succursale de Luxembourg 45, rue de Bouillon L-1248 Luxembourg - TVA : LU 16464483 R.C. Luxembourg B.52410.

CARGOLUX

SPONSOR OF SOLAR ARCTIC PROJECT

Cargolux will take part in a pioneering solar-powered transportation project. The company will provide transportation for a prototype solar-powered boat, between Luxembourg and Calgary, Canada, ahead of an Arctic expedition.



The Solar Arctic project was initiated by DreamTime, a non-profit organisation which deals with environmental awareness and climate issues. This expedition, undertaken by French navigator Anne Quéméré, is a solo journey in a prototype solar-energy propelled boat across the mythical Northwest Passage that links the Atlantic to the Pacific.

This completely autonomous undertaking is an attempt to complete a 3,500 kilometre trip between Tuktoyaktuk, an Inuit village in Northwestern Canada, and Pond Inlet, an Inuit village on Baffin Island.

This project is fully in line with the company's "lean and green" philosophy. This is not the first time Cargolux supports

a groundbreaking solar-powered expedition.

In 2013 and 2015, Cargolux successfully transported the Solar Impulse aeroplane on two of its missions.

For its first endeavour, the "Across America Tour", Cargolux brought the aircraft from Payerne in Switzerland to the NASA Ames Research Center at Moffett Air-

field in the United States, from where Solar Impulse flew across the country.

For the second, more ambitious "World Tour", Cargolux ensured the solar aeroplane was successfully flown from Switzerland to Abu Dhabi. These projects were both conceived and designed by Swiss visionary Bertrand Piccard. ●



SALES-LENTZ

EN AUTONOMIE SUR LES ROUTES

À l'occasion de l'Automotive Day, Sales-Lentz a présenté sa toute nouvelle acquisition : la navette autonome du constructeur Navya.

Sales-Lentz a dévoilé son premier véhicule 100 % autonome, la Navya Shuttle, qui ne dispose ni de pédales, ni de volant et d'aucun chauffeur intervenant lors du trajet.

Un « accompagnateur » est cependant toujours à bord afin d'apporter les informations nécessaires aux passagers et de contrôler le véhicule pour intervenir en cas de panne.

Le facteur humain ne disparaît donc pas tout à fait, mais les compétences du chauffeur évoluent pour répondre aux besoins technologiques de ces nouveaux véhicules.

La Navya Shuttle dispose d'une capacité de 15 places, dont 4 debout.

En moyenne, l'autonomie peut atteindre neuf heures et le

temps de recharge en énergie varie entre quatre et huit heures. La navette dispose d'un écran tactile pour renseigner les usagers sur les arrêts et l'itinéraire, et via lequel l'accompagnateur peut à tout moment vérifier l'état du véhicule.

La vitesse maximale est de 45 km/h, mais la navette circule à une moyenne de 20 km/h.

En septembre prochain, deux véhicules autonomes seront mis en circulation, venant pallier le manque de transports sur le tronçon concerné.

Avec l'acquisition de la Navya Shuttle, Sales-Lentz poursuit deux de ses objectifs ambitieux : devenir une société climatiquement neutre et investir dans les solutions de mobilité du futur. ●

#BoardingIn2Min
#BackIn24H
#PaymentsValidatedIn2Sec
#MyAppMyINGPro

Even If I am away, **business** still goes on! With **My ING Pro**, I am always kept informed of important movements and I can even validate **transactions** that need my signature. It has never been easier to keep an eye on the company's **accounts!** #BankingMadeEasy

ing.lu/online

ING 

BRÈVES



BCE

... with Freecaster

BCE, European leader in media services, system integration and software development in the areas of television, radio, production and post-production, telecommunication and IT, is joining forces with Freecaster, a global online video platform at the forefront of live and VOD web streaming services free-to-air and pay-per-view for broadcasters, rights holders and brands. Together they are jointly launching integrated services to empower sports organisations in managing their broadcast assets, monetising their online video assets and reaching out to a growing online audience.

BIL

For SOS Villages d'Enfants Monde

BIL's chief executive officer Hugues Delcourt recently presented a cheque for 30,000 euros to Sophie Glesener, director of SOS Villages d'Enfants Monde, to help fund the SOS kindergarten of Dosso, Niger. Committed to promote education, one of the pillars of its corporate social responsibility policy, BIL has been a strong supporter of SOS Villages d'Enfants Monde since 2016.



BANQUE RAIFFEISEN

Nouvelle agence à Bettembourg

Raiffeisen a récemment ouvert une nouvelle agence au centre commercial Cactus dans la Zone Industrielle Schéleck 3. L'aménagement des nouveaux espaces permet des conditions d'accueil optimal des clients, privés ou entreprises. L'espace des

guichets est aménagé de plain-pied et adapté aux personnes à mobilité réduite, de nombreux outils digitaux offrent un conseil plus interactif. L'agence dispose aussi d'un distributeur automatique de billets accessible depuis la galerie, permettant ainsi de retirer de l'argent pendant les heures d'ouverture du centre commercial. ●

LAMBOLEY EXECUTIVE SEARCH Chasseur de têtes

Lamboley Executive Search est un nouveau cabinet de chasseurs de têtes et de recrutement positionné sur les profils des secteurs fiscalité, comptabilité, audit, juridique et réglementaire, investment & risk management, compliance, marketing et communication, knowledge management, administration, secrétariat social et ressources humaines.

Caroline Lamboley, fondatrice, a une expérience de plus de 20 années en ressources humaines au sein de cabinets d'audit et de conseil, ainsi qu'une grande connaissance du marché. Elle a obtenu en 2013 le prix Best HR Manager de l'année, décerné par la communauté RH de Luxembourg. ● Plus d'informations : www.lamboley.lu

DHL PARCEL - POST LUXEMBOURG

POUR QUE LES COLIS PASSENT MIEUX LES FRONTIÈRES

DHL Parcel et Post Luxembourg ont signé un partenariat stratégique pour la livraison transfrontalière de colis.

Post Luxembourg fait partie du réseau de colis de DHL Parcel Europe, qui offre un service de colis standardisé à l'échelle européenne avec de nouvelles fonctionnalités pour les livraisons et les retours de colis. « Parcel Connect » est le nom de ce service offert par DHL Parcel en coopération avec d'autres fournisseurs de services de colis en Europe et orchestré par DHL Parcel. En juin, Post Luxembourg devient le partenaire officiel de Parcel Connect pour le Luxembourg. Dans un premier temps, les services offerts ne concerneront que la livraison de colis de l'Europe vers le Luxembourg (import). Grâce à la coopération avec Post Luxembourg, le réseau DHL Parcel Europe accélère le temps de transfert des colis vers le Luxembourg et permet un accès au plus



grand réseau de points de service et de stations de colis du pays. Les clients du commerce électronique peuvent ainsi profiter d'une notification de l'arrivée d'un colis par e-mail ou SMS, de la possibilité de modifier la date de livraison, d'un service de ramassage pour les retours, et des retours simplifiés sans frais supplémentaires pour les destinataires. Dans une deuxième phase, Post Luxembourg proposera également l'exportation à partir du Luxembourg (Parcel Connect Export). Parcel Connect a été lancé par Deutsche Post DHL en 2014, afin de simplifier, d'étendre et d'accélérer la livraison de colis en Europe. Aujourd'hui, 26 pays (pays où Deutsche Post DHL est présent et pays partenaires, dont le Luxembourg) font partie du réseau. ●



Giftcard Easy : dites adieu aux chèques-cadeaux papier !

Giftcard Easy, notre tout nouveau système de carte-cadeau, est maintenant disponible pour tous les clients de SIX au Luxembourg.

Celui-ci vous permet d'émettre en toute simplicité des cartes-cadeaux sous forme de cartes de crédit plastiques, personnalisables, rechargeables du montant de votre choix et utilisables directement sur vos terminaux de paiement SIX au sein de vos différents points de vente.

Pour plus d'informations, contactez-nous au +352 355 66 444 ou commercial.lux@six-payment-services.com.

www.six-payment-services.com



Payment Services



FINOLOGEE / FIGO /
CLEARSTREAM
**Fintech
Acceleration Platform**

Deutsche Börse Group and its post-trade services provider Clearstream will partner with Germany-based fintech Figo and Luxembourg-based regtech startup Finologie to create a common Fintech Acceleration Platform. The launch is targeted for the fourth quarter of 2018, subject to regulatory approval. The new platform will enable established financial industry players and new generation digital companies to distribute and leverage each other's services resulting in new revenue opportunities. It will allow easy access to Deutsche Börse Group's market and reference data as well as functional services via web-based APIs. The first services offered by third parties will be an access to account gateway for

banks for the second Payment Services Directive (PSD2). PSD2 aims to increase competition and create a level playing field in the European payments industry, by opening up to other parties. Deutsche Börse Group has been cooperating with banking services provider Figo since 2016. The B2B company has already established itself beyond Germany's borders as a PSD2 solution provider – for banks and non-banks – and built a wide developer community over the last few years. The new partnership with Finologie is targeted to serve particularly the Luxembourg market with the first end-to-end PSD2-compliant payment solution. In addition, Finologie will contribute to the architecture and development of the platform software layers as well as further partnerships. ●



SUPERMIRO
La startup qui a du cul(ot)

Fidèle à son ton décalé et branché, la startup luxembourgeoise Supermiro, à l'origine d'un site Internet et d'une application qui recense toutes les activités possibles pour occuper son temps libre, se paie un espace publicitaire de choix, pour une campagne cul(ottée) : les culs de bus. Du 14 mai au 19 juin 2018, cinq bus des lignes 5, 6, 10, 11, 194

et 200 ont circulé en portant et emportant le message promotionnel humoristique dans leur sillage. Les sites Supermiro sont désormais présents à Luxembourg, Bruxelles, Metz et en Grande Région et enregistrent 45.000 visites par mois. L'équipe, hébergée dans les murs de The Office, ne cesse de s'agrandir et compte aujourd'hui huit personnes. ● Plus d'informations : www.supermiro.com



BRASSERIE LA LORRAINE

RETOUR D'UNE INSTITUTION

La brasserie La Lorraine a été reprise fin 2017 par François Poitrinal et Benjamin Debris, déjà propriétaires de plusieurs brasseries parisiennes. D'importants travaux ont été réalisés, afin de rendre ses lettres de noblesse à l'établissement, célèbre pour ses poissons, ses fruits de mer et son exceptionnelle carte des vins.

Les importants travaux de rénovation ont doté le lieu des meilleurs standards de la profession. La décoration évoque le grand large et l'air marin. « Nous voulons offrir à notre clientèle un accueil chaleureux et une atmosphère conviviale autour d'une cuisine saine et naturelle », explique Benjamin Debris. Le restaurant vise la clientèle habituelle de La Lorraine et répond à la fois à l'envie de déjeuners familiaux conviviaux et à l'organisation de repas d'affaires. Il souhaite également attirer une clientèle nouvelle, ainsi que les personnes de passage à Luxembourg. L'ancienne équipe a été reprise. Les deux responsables, Mathieu Courtillat et Yoan Houzelot, fidèles à La Lorraine depuis plus de 10 ans, ont longuement travaillé avec les

nouveaux propriétaires pour proposer une carte revisitée, à prix raisonnables (plat du jour à 17 € et menu lunch à 29 €), mais toujours conçue à partir de produits de la mer. « L'étal de poissons et de fruits de mer a fait l'attractivité du restaurant depuis sa création en 1983 et pendant de nombreuses années. Nous avons eu à cœur de faire un clin d'œil aux origines et à l'histoire de La Lorraine. L'écailler est déjà en place », conclut Benjamin Debris.

À l'instar des brasseries traditionnelles, La lorraine propose désormais un service continu (11 h 30 - 23 h) pour pouvoir déguster un plateau de fruits de mer à toute heure ou simplement savourer une bière du Luxembourg en terrasse. Le restaurant et sa terrasse ont une capacité de 90 couverts chacun. ●

DANS UN MONDE QUI CHANGE AVANCER AVEC LE BON PARTENAIRE C'EST ESSENTIEL



VOTRE CONSEILLER ENTREPRISE

Flexible et disponible, il s'implique pour la réussite de votre société.
C'est un véritable partenaire au quotidien pour vos besoins professionnels et privés.
En agence, au 42 42-2000 et sur bgl.lu



BGL
BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

BRÈVES



KLEOS SPACE

New company's legal form

Luxembourg-based Kleos Space, a state-of-the-art space technology operator which will launch and operate its first earth observation satellite system by mid-2019, finalises administrative technicalities to be ready for the upcoming ambitions for listing on the ASX (Australian Stock Exchange) with the change of its legal form. The private limited liability company changes into Kleos Space SA, a public limited liability legal form which allows the company to freely transmit shares and a mandatory administrative step in view of the upcoming IPO.

DOCLER HOLDING

Twice awarded

Docler Holding sweeps top awards at the Golden-i Gala which took place in May at PwC Luxembourg. The company swept the 2018 APSI Flagship Award, which recognises a Luxembourg company based on how much it contributes to the economic progress and to the attractiveness of the Grand Duchy. In addition, Docler Holding's chief of operations Márton Fülöp has been named CIO of the year. Employing about 280 people in Luxembourg, the tech company has more than 1,500 servers hosted in the country and manages a number of platforms and websites some of which are among the most visited in the world.

LOSCH LUXEMBOURG

ERÖFFNUNG DES NEUEN NUTZFAHRZEUGZENTRUMS GARAGE LOSCH TRUCK, VAN & BUS

Mehr als 300 Gäste haben an der Feier in Niederanven teilgenommen u.a. Jeroen Lagarde, Senior Vizepräsident und Leiter des Center für Import Europa bei MAN Truck & Bus AG, Dr. Jan Utermarck, Vertriebsleiter für Europa bei Volkswagen Nutzfahrzeuge und der Bürgermeister der Gemeinde Niederanven Raymond Weydert.

Nach einer Umbauphase von mehr als zweieinhalb Jahren ziehen die Marken Volkswagen Nutzfahrzeuge, MAN, Neoplan und Hess nun zusammen unter ein Dach.

Damit ist dem Unternehmen Losch Luxembourg eine weitere Premiere gelungen. Das Unternehmen bietet ein One-Stop-Shop für Fachkräfte an, der Vertrieb, Wartung, Reparatur und technische Kontrolle aller Marken vereint. Das neue Nutzfahrzeugzentrum in Niederanven umfasst eine Fläche



von mehr als 6.785m², auf einem Gelände von einer Gesamtfläche von etwa 2ha. Neben dem Showroom findet man zudem eine Werkstatt für Busse, eine Werkstatt für Lkws und eine eigene technische Kontrollstation. „Damit das Tagesgeschäft während der kompletten Bauzeit über 30 Monate weitergeführt werden konnte, wurden die Bauarbeiten in 2 Bauphasen durchgeführt. Wir sind sehr stolz darauf, dass dies reibungslos verlaufen ist.“ so Sébastien Copine, Architekt des neuen Losch Nutzfahrzeugzentrums. ●



MAISON MODERNE

HISTOIRES DE FAMILLES

Il est des réussites entrepreneuriales qui marquent l'histoire d'un pays. Ce genre d'entreprises dont l'empreinte est gravée dans l'économie nationale depuis des générations. S'il existait déjà des livres d'histoire à propos du Luxembourg, aucun jusqu'ici ne dressait son portrait contemporain à travers l'histoire de ces familles d'entrepreneurs.

Histoires de Familles, édité par Maison Moderne, en collaboration avec la Banque de Luxembourg, retrace l'histoire des familles Clasen (Bernard-Massard), Lentz (Brasserie Nationale), Grosbusch (Grosbusch), Ehlinger (Groupe Schuler), Krombach-Meyer (Heintz van Landewyck), Hentgen (Lalux), Ernster (Librairie Ernster), Muller (Moulins de Kleinbettingen), Weber-Heinisch (Voyages Emile Weber) et Giorgetti (Giorgetti) et

témoigne des événements significatifs qui ont jalonné leur parcours dans le contexte historique et social du Luxembourg durant le siècle dernier et jusqu'à aujourd'hui.

Histoires de Familles invite à découvrir le parcours – parfois surprenant – de ces dix familles aux activités bien différentes. Dix portraits à travers lesquels s'en dessine un onzième : celui du Grand-Duché. ●



- Interconnexion intelligente
- + Suivi client en temps réel
- + Toutes les recommandations sous les yeux

Mercedes-Benz Uptime

Pour des visites à l'atelier nettement mieux planifiées et un véhicule plus disponible que jamais.

Disponible en option avec chaque contrat de service de Mercedes-Benz ou comme produit distinct. Compatible avec tous les services Fleetboard.

Mercedes-Benz

Trucks you can trust



CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES 2018 Silber, Gold und Großes Gold...

Dass China eine immer wichtigere Rolle in der Weinbranche spielt, beweist unter anderem, dass im Rahmen des 25. Jubiläum einer der renommiertesten Weinwettbewerbe, nämlich der „Concours Mondial de Bruxelles“ sich Peking als Austragungsort ausgesucht hat. China ist heute nach den Statistiken der Internationalen Organisation für Rebe und Wein (OIV) das zweitgrößte Land der Welt in Bezug auf die Rebfläche mit 847.000 Hektar, hinter Spanien und vor Frankreich. Im Weinkonsum rangiert es hinter den USA, Frankreich, Italien und Deutschland an fünfter Stelle und weltweit an vierter Stelle für Importe. Im Reich der Mitte verkosteten mehr als 330 Journalisten,

Sommeliers, Önologen und Händler rund 9.200 Weine und Schaumweine aus 48 verschiedenen Ländern. Unter ihnen waren auch 20 Weine und Crémants aus Luxemburg zu finden. Große Zufriedenheit gab es bei Domaines Vinsmoselle, Caves Berna und Caves St. Remy – Desom, deren Weine und Crémants mit Silber, Gold und Großes Gold ausgezeichnet wurden. Die Silbermedaillen wurden an den Auxerrois Bech-Kleinmacher Naumberg GPC von Domaines Vinsmoselle und an den Crémant Brut von den Caves Berna aus Ahn verliehen. Besonders überzeugt haben den Crémant Millésime 2014 (Gold) und den Crémant Desom Brut Élegance (Großes Gold) von den Caves St. Remy – Desom, Remich. Die nächste Ausgabe vom „Concours Mondial de Bruxelles“ wird in Aigle, Schweiz stattfinden. ●



GOODYEAR 176 engineers guests of honour

176 Goodyear engineers and associates were honoured for their inventions at the 40th patent award celebration. As a keynote speaker, Nicolas Buck, president of Fedil, the Federation of Luxembourgish Industrials, congratulated all the inventors for their efforts and explained the importance of innovations for a company to stay ahead of competition and rewarded the inventors with the Patent and Trade Secret Award plates. This year, the associates came from Luxembourg (GIC*L and GE*L), from Hanau/Germany research and development

facilities, from Tilburg in the Netherlands, as well as from the Regional Office. The special distinction of the Inventor of the Year award went to Kanwar Singh from GIC*L for his great contribution to the "Intelligent Tire" project, by translating tire derived data into data usable by the vehicle and the vehicle electronics and by external databases and services. Sébastien Fontaine, industrial designer at Goodyear in Colmar-Berg, reached the level of 100 patents and trade secrets in 2017, having meanwhile even achieved 112 patents. As such he joined the distinguished group of the "100 Club Crystal" plate recipients. ●



CACTUS

CURE DE JOUVENCE À HOWALD

Après 17 mois d'intenses travaux, le supermarché Cactus d'Howald accueille à nouveau ses clients dans un magasin entièrement modernisé, avec également quelques nouveautés.

Ouvert le 7 mars 1989, Cactus Howald avait besoin d'un sérieux rajeunissement. Après plusieurs mois de travaux suivant les plans d'un projet ambitieux, l'établissement a été entièrement repensé afin de répondre au mieux aux nouveaux besoins de ses clients. Sur une superficie de 3.650 m², (2.600 m² auparavant), le magasin offre désormais quelque 2.200 références bio, 2.850 produits luxembourgeois et plus de 350 spécialités « Cactus Hausgemaacht », dont une gamme de pâtisseries fines, spécialement développées pour ce nouveau point de vente. Les comptoirs traditionnels poissonnerie, boucherie, boulangerie et découpe fromage ont été agrandis et se trouvent maintenant à l'intérieur du supermarché, faisant du nouveau Cactus Howald un véritable marché du frais. Un rayon « Onverpaakt » offre plus d'une trentaine de produits

certifiés bio en vrac et une spacieuse vinothèque avec plus de 1.000 références vient encore étoffer l'offre. L'espace de restauration « de Schnékert Traiteur » réaménagé propose un concept de restauration inédit qui rassemble différents univers dans un espace convivial et moderne : un self-service de qualité, des plats traiteurs plus « gastronomiques », régionaux et de saison, des sandwiches ultra frais élaborés sur place, des salades *healthy food*, des grillades et un comptoir pâtisseries. Le centre de recyclage « Drive-in-Recycling », inauguré en 2011 et géré par la SuperDrecksKëscht, maintient son implantation dans le parking souterrain et un Point Post complète l'offre des services proposés dans la galerie marchande par les enseignes Voyages Emile Weber, ING, Mister Minit, 5àSec, Orange, K Kiosk, NM Coiffure et de Schnékert Traiteur. ●

Photos: Goodyear, Cactus

INFORMATIONS

ACCOMPAGNEMENT

COACHING

FORMATIONS

IDEA®
BOOST IP
® CREATION
TRADEMARKS

INTELLECTUAL
PROPERTY
LICENSING
COPYRIGHT
AFTERWORKS

INVENTION
PROTECTION
TM

PATENT
BRANDS
AUTHORSHIP
IP-DAY
NOVELTY
©

INFO@IPIL.LU

WWW.IPIL.LU



INSTITUT
DE LA PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE
LUXEMBOURG

BRÈVES



CACTUS – BARGELLO

Mariage glacé

L'enseigne Cactus et Bargello, la glacierie artisanale qui compte des établissements à Luxembourg-ville et Bruxelles, ont noué un partenariat pour la commercialisation de crèmes glacées et sorbets haut de gamme. Un mariage parfait entre tradition florentine et ingrédients du terroir. Cactus commercialisera près d'une dizaine de parfums, variables au fil des saisons et conditionnés en pots de 500 ml ou en petites verrines.

ESCENT – SOFTEAM GROUP

Now Softeam Consulting

The consultancy firm Escent, based in Luxembourg and Belgium, has joined Softeam Group. This strategic partnership will enable Escent to introduce more innovative offers in the digital transformation, and Softeam Group to boost its growth in Benelux, a strategic area for the digital services company. The consultancy firm Escent was founded in 2006 in Brussels and established in Luxembourg in 2009. Escent has close to 80 consultants and achieved a turnover in 2017 of more than 10 million euros.

SOLAR SCREEN

**INSTALLATION
DANS UN NOUVEAU
BÂTIMENT**

Le leader européen de la distribution de films adhésifs, Solar Screen, a inauguré son nouveau siège à Foetz, confirmant sa présence au Luxembourg.



Créée en 1984, Solar Screen International est aujourd'hui le leader européen de la distribution de films adhésifs pour vitrages.

Avec les différentes gammes de produits qu'elle propose, Solar Screen International permet aux entreprises, mais aussi aux particuliers de modifier les caractéristiques techniques de leurs vitrages par la limite d'entrées et de déperditions de chaleur, la réduction d'éblouissement, le renforcement de la sécurité des biens et des personnes au sein d'espaces publics et privés, le filtrage de rayons UVA-B, responsables des maladies de peau et du phénomène de décoloration, et par l'impression par l'habillage de vitrages. La société luxembourgeoise, créée il y a 30 ans

par Hervé Thibaut, est aujourd'hui détenue majoritairement par le groupe Alcopa, propriétaire d'Autopolis. Elle a connu une croissance soutenue de 20 à 30% par an, permettant un doublement des employés, ainsi qu'une expansion géographique importante avec un export dans plus de 50 pays.

Le choix de garder le siège au Luxembourg et d'investir dans un nouveau bâtiment à Foetz est une décision consciente et stratégique, car l'entreprise y trouve une richesse inédite de talents multiculturels, nécessaire à son développement international. Solar Screen compte confirmer son leadership en Europe à travers des joint-ventures et coopérations à l'international. ●



SOFITEL LUXEMBOURG EUROPE

Lune de miel au Kirchberg

Sofitel Luxembourg Europe accueille sur ses toits les ruches d'Hugo Zeler, apiculteur urbain à Luxembourg-ville. L'hôtel s'engage ainsi pour l'environnement, mais aussi pour la qualité des produits servis à ses clients. Grâce à ce partenariat, Sofitel Luxembourg Europe propose son propre nectar,

que les clients retrouvent dans les assiettes des restaurants de l'hôtel, ainsi qu'au petit-déjeuner. Installées au cours du printemps 2017, les abeilles butinent et pollinisent leur environnement direct, le plateau du Kirchberg offrant une grande variété de fleurs, ainsi que des cultures de colza avoisinantes qui développent des arômes et des saveurs uniques pour le miel. ●

LUXTRUST

**Selected by the
European Commission**

LuxTrust has been selected as the trusted third party for the provision and recognition of electronic signatures by the Directorate-General for Health and Food Safety of the European Commission. TRACES (TRAde Control and Expert System) digitised the entire certification process and linked procedures. It facilitates the exchange of information between all involved trading parties and control authorities from more than 80 countries worldwide. ●

#yellowiscoming

yellow.lu

Préparez-vous,
yellow.lu reprend des couleurs pour son 10^{ème} anniversaire.

BRÈVES



FOYER

Un siège plus large

Le 14 mai 2018, Foyer a inauguré l'extension de son siège de Leudelange. Le nouveau bâtiment s'intègre harmonieusement dans un ensemble architectural qui offre aujourd'hui plus de 21.000 m² de surfaces de bureaux. De nouvelles installations améliorent le quotidien des collaborateurs du groupe, telles qu'un nouveau restaurant d'entreprise, une salle de sport ou encore un nouvel espace de formation à la pointe de la technologie. Le groupe Foyer emploie aujourd'hui plus de 700 salariés, soit 270 de plus qu'il y a 12 ans, lors de son installation à Leudelange.

LUXFACTORY.COM

Nouvelle offre

Les sociétés EAEC (European American Enterprise Council), Anisgreen et Anisgreen Consulting (IT) et Sit Group (IT et télécoms), rassemblées sous l'identité Luxfactory.com, ajoutent à leurs activités actuelles une offre transversale de management de transition, consistant à mettre à disposition de leurs clients des compétences seniors dans des domaines précis (transformation digitale, gestion de crise...) pour pallier un besoin ponctuel. Les senior transition managers sont immédiatement opérationnels grâce à leur expérience, leur organisation et leur réseau.



THE LOCAL SPIRIT

Un écrin pour les créateurs locaux

Depuis le 4 mai 2018 et pour une durée de six mois, la boutique du Lëtzebuerg City Museum propose de découvrir des créateurs locaux, grâce à un partenariat avec l'asbl Lët'z Go Local. Elle accueille successivement différents designers, créateurs et producteurs, chacun exposant et vendant ses créations

pendant six semaines. Les visiteurs peuvent rencontrer les producteurs et découvrir leur travail grâce à des ateliers et des activités de démonstration. La première session (4 mai-14 juin), consacrée au travail de la laine (photo), sera suivie de plusieurs autres à partir du 28 juin. ●

Plus d'informations : www.letzgolocal.lu

LUXHUB

A joint initiative in banks' industry

The second European Payment Services Directive (PSD2) most important effects for banks will arrive in September 2019, when the regulatory technical standards on strong authentication and access to payment accounts will take effect. For banks, obliged to provide access to their customers' payment accounts to new players, it's a first step towards the concept of open banking. In this specific context BCEE Luxembourg, BGL BNP Paribas, Banque Raiffeisen and Post Luxembourg decided end 2017 to join their forces to create LuxHub, a PSD2 API connectivity platform. Basically in order to make interconnection of the entire ecosystem of banks and TPPs as easy as possible. ●

LUXAVIATION

PREMIUM ACCOMMODATION

On 15 May 2018, Luxaviation presented the first venue of a series of Crew Resort the company plans to open globally. The boutique hotel offers contemporary, upscale accommodation for crew members and clients in transit.

Located in Luxembourg city, within walking distance from the airport, the Luxaviation Crew Resort provides a full-service array of amenities to cover the crews' needs to prepare the next take-off. It allows guests easy access to both the airport and Luxembourg's financial, shopping and diplomatic district.

With four fully equipped guest rooms and one superior suite, Luxaviation Crew Resort was designed in a trendy industrial style, in the respect of its historical tradition.

The concept has been developed in order to optimise the crews' conditions and to deliver excellent client services by delivering full-service support and personalised and local travel experiences.



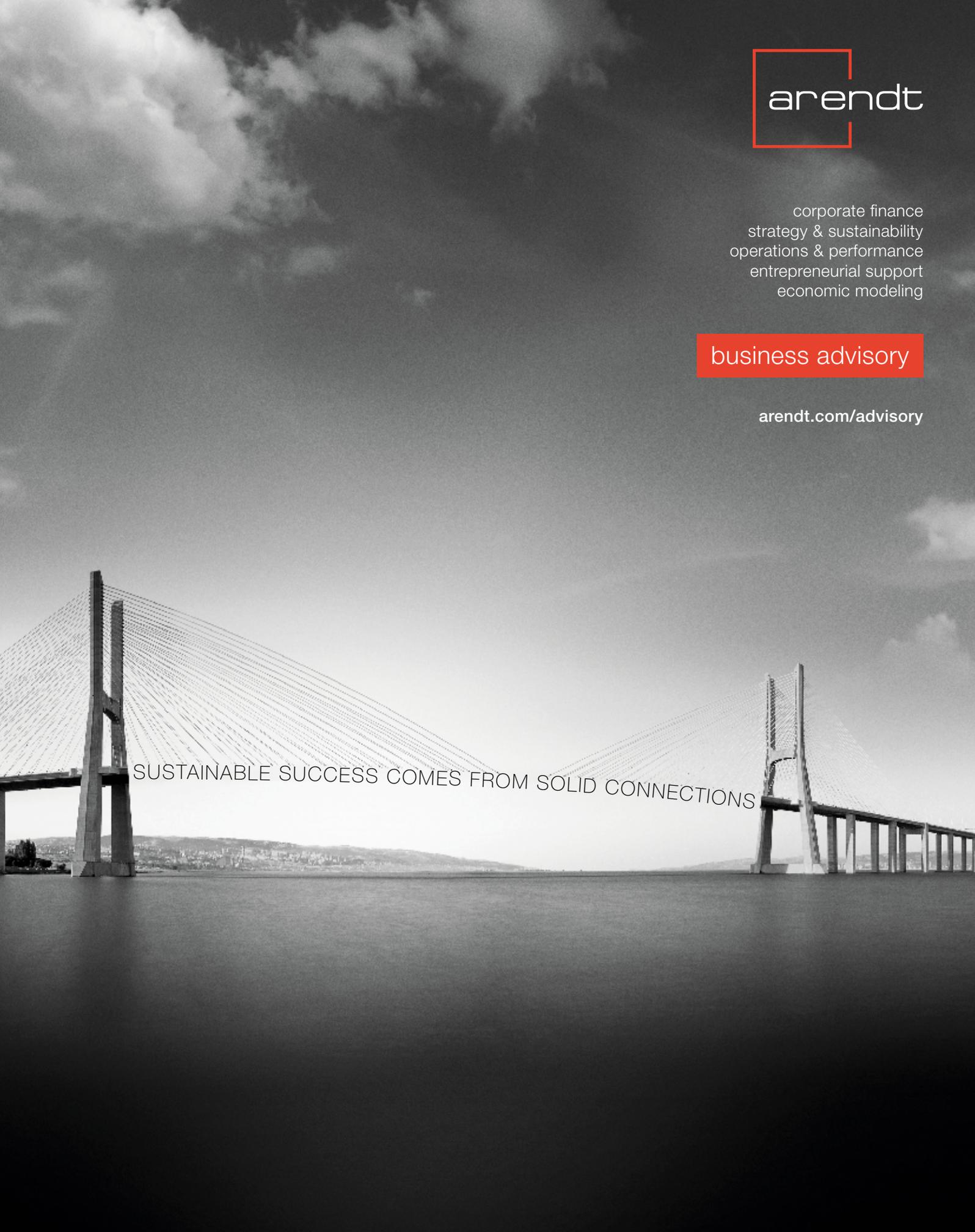
The venue includes Airfield, a gastronomic restaurant in an authentic setting which first opened in 1948. Airfield has been fully renovated to restore to its former glory what was the Grünewald's former hunting lodge of the Grand Ducal family.

An app allows the guests to organise their arrival in advance and book personal services in a time-efficient way, such as wellness, laundry, transportation or room booking.

The Crew Resort is part of a client experience strategy which Luxaviation, one of the largest private aircraft operators worldwide, will further develop over the next months. ●

More information:

www.luxaviation.com



arendt

corporate finance
strategy & sustainability
operations & performance
entrepreneurial support
economic modeling

business advisory

arendt.com/advisory

SUSTAINABLE SUCCESS COMES FROM SOLID CONNECTIONS

EXPOGAST

LA GASTRONOMIE TIENT SALON

Tous les quatre ans, Expogast réunit pendant cinq jours, en un seul lieu, les chefs les plus talentueux des cinq continents, un salon professionnel pour les métiers de la gastronomie, de nombreuses animations et événements tout public, ainsi qu'un concours international de cuisine.

Cette année, Expogast aura lieu du 24 au 28 novembre dans les halls de Luxexpo The Box à Luxembourg-Kirchberg. Pendant ces cinq jours, The Box se transformera en salle d'exposition présentant des talents extraordinaires, des nouvelles tendances gastronomiques et des idées originales et novatrices. Expogast se veut éga-

lement un lieu favorisant les échanges économiques avec la Grande Région et le contact avec les futurs jeunes travailleurs et mettant en avant le rôle social, culturel et économique que peut jouer le secteur de la restauration. Dans cet esprit, la Chambre de Commerce, en collaboration avec l'Horesca et les écoles hôtelières, notam-

ment l'École d'hôtellerie et de tourisme du Luxembourg de Diekirch et le Lycée technique de Bonnevoie (LTNB) profiteront d'Expogast pour offrir aux visiteurs un forum dynamique d'échanges, de nouvelles expériences et de connaissances.

Au fil des nombreux stands, qui se répartiront cette année sur une surface d'exposition agrandie de 3.500 m² supplémentaires par rapport à l'édition précédente, les hôtes d'Expogast pourront découvrir les nouveaux produits et les services de tous les secteurs commerciaux et professionnels liés à la gastronomie : alimentation et boissons, technologie et hygiène, équipements, accessoires pour restaurants et hôtels, prestataires de services, organisation et informatique, associations, fournisseurs de spécialités et délices, groupes professionnels,

vins et spiritueux. Le Villeroy & Boch Culinary World Cup, l'une des plus grandes et des plus importantes compétitions de cuisine au monde, verra cette année 30 équipes nationales et 15 équipes de jeunes s'affronter pendant cinq jours.

La nouveauté de cette édition réside dans le fait que les équipes de jeunes ne participeront plus à une compétition avec des créations froides, mais élaboreront un menu classique à trois plats et devront, lors d'une autre journée, préparer un buffet gastronomique chaud.

Les billets pour les menus des équipes seront vendus exclusivement via Internet à partir de la mi-octobre 2018. ●

Expogast à Luxexpo The Box du 24 au 28 novembre 2018. Tous les jours de 11 h à 21 h.



01.



02.

01. Tous les quatre ans, Expogast réunit pendant cinq jours les métiers de la gastronomie et de l'hospitalité pour honorer l'art culinaire.

02. Partenaires, sponsors et organisateurs de l'édition 2018.



POSIDONIA 2018

WELCOME TO THE WORLD OF SHIPPING

Posidonia, one of the world's leading maritime events, celebrating this year its 50 years, is a unique opportunity to promote the expertise of Luxembourg companies in the maritime sector. This year's edition attracted more than 2,000 exhibitors from 92 countries as well as over 22,000 visitors.

LHOFT / B-HIVE

International collaboration

Following the signature of the Memorandum of Understanding between the LHoFT Foundation and B-Hive Belgium at the Paris Fintech Forum in January, the two innovation hubs have been proactively collaborating on initiatives in order to further advance across Europe for the benefit of the financial services industry. In their latest joint endeavour, the LHoFT and B-Hive hosted the first European Fin & Tonic networking event alongside the "Money20/20 Europe" conference, Europe's pre-eminent fintech conference, in Amsterdam on 5 June 2018. This first European networking event provided an opportunity to meet and mingle with startups, financial services firms & innovation hubs from all over Europe. The LHoFT Foundation and B-Hive welcomed

over 200 guests that included 12 fintech associations/hubs from across Europe including the Czech Fintech Association, Fintech Scotland, Paris Fintech Forum, Holland Fintech, Invest Lithuania, Fintech Belgium, Cyber Wales, Innsomnia Accelerator, Portugal Fintech, Fintech District Milan, Bahrain Fintech bay and Level 39. Nasir Zubairi, CEO of the LHoFT, commented: "Innovation in the financial services industry will move forward by us all working together, leveraging all our strengths and networks. Our bond with our neighbour in Belgium, B-Hive, is strong and we see the benefits of what our collaboration can achieve. Events such as this aim to bring together more hubs and fintech stakeholders to get to know each other, discuss, find areas of mutual opportunity and cement new partnerships." ●

The exhibition held from 4 to 8 June included 22 national pavilions to showcase each nation's collective shipping offering to an audience of sellers, buyers of maritime products and services as well as policy makers.

According to a theme of the exhibition, it is important to ensure that opportunities presented by modern trends like digitalisation, artificial intelligence and the so-called Fourth Industrial Revolution are carefully integrated into shipping, balancing the benefits against safety and security concerns, the impact on the environment, international trade and the human element.

The Luxembourg stand, which was co-organised by the Ministry of the Economy, the Luxembourg Chamber of Commerce, and the Luxembourg Maritime Cluster, was well

visited as the participating companies showcased interesting products and technologies.

Among the visitors on the Luxembourg booth were Greek Prime Minister Alexis Tsipras, the honorary consuls of Luxembourg, Mrs Artemis Papatheodorou and Mr Ioannis Verginis, also president of the Trade Department of the Thessaloniki Chamber of Commerce and Industry, as well as the Luxembourg ambassador to Greece Mr Paul Steinmetz and his deputy Mr Michel Grethen. The participation rate underlines the register's high level of service as well as the quality and dedication of both the Luxembourg Maritime Administration and the Luxembourg shipping community, illustrating once again the Luxembourg maritime sector's attractiveness in the context of economic diversification as well as nation branding. ●



ADEM / FR2S

Alliance pour l'emploi

Le 11 juin 2018, l'ADEM et le ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire ont signé une convention de collaboration avec la Fédération for Recruitment, Search & Selection (FR2S), créée en février 2016 sous l'égide de la Fedil pour représenter les intérêts des cabinets de recrutement et des chasseurs de têtes au Luxembourg.

Ce partenariat a pour objectif d'offrir des opportunités supplémentaires aux candidats inscrits à l'ADEM, notamment aux profils hautement qualifiés dont la part est croissante parmi les demandeurs d'emploi. La convention fera l'objet d'un bilan après un an. Elle s'inscrit dans la lignée de l'accord que le gouvernement a signé avec l'Union des entreprises luxembourgeoises (UEL). ●

MODU 2.0

Un tram rapide Luxembourg-ville-Esch en 2035

François Bausch a présenté en juin dernier le projet multimodal « Séieren Tram – tram rapide » sur l'axe de l'autoroute A4 qui devrait entrer en service à l'horizon 2035. Le projet s'inscrit dans le concept de mobilité Modu 2.0. Le but est d'élaborer un système de transport multimodal cohérent sur l'axe de l'A4 en tenant compte des éléments existants (tram, bus, train, P+R...), de l'enquête de mobilité « Luxmobil » conduite en 2017 et des projections de la demande à l'horizon 2035. Suivant le calcul effectué sur les habitants et les emplois à l'horizon 2035, la demande en mobilité augmentera de 55 %, dont environ 20.000 déplacements par jour devront être reportés sur le bus, une multiplication par quatre par rapport à 2018. Ces voyageurs devront être incités à ne plus utiliser leur propre voiture

grâce à une offre performante et confortable en transports en commun qui devra remplir plusieurs critères : desservir de manière directe les habitants et emplois situés à l'écart des gares ferroviaires au sud, permettre un accès direct au centre de Luxembourg-ville et au quartier Kirchberg, et finalement proposer la capacité nécessaire, un bon niveau de confort et des temps de parcours compétitifs. Les analyses montrent que le tram rapide tient compte de nombreux besoins sur le trajet : vitesse de 100 km/h, circulation sur le réseau tram classique, même aspect extérieur et possibilité de places assises ainsi que de places debout, à un coût moyen. Ce tram permettrait de relier directement les principales destinations de la ville de Luxembourg avec les quartiers en pleine expansion de Schifflange, Foetz, Esch-sur-Alzette et Belval à moindre coût d'exploitation, mais avec des capacités et temps de parcours adaptés. ●



CYEL 2018

Klin remporte le prix

Créé en 2006, le Creative Young Entrepreneur Luxembourg est le plus grand et plus ancien événement organisé par JCI Luxembourg (il s'agit de la 12^e édition). C'est aussi le premier prix récompensant l'entrepreneur au Luxembourg, promouvant

et mettant en avant la créativité des entrepreneurs. L'événement CYEL a eu lieu cette année au Cercle Cité à Luxembourg-ville et a récompensé Antoine Hron de Klin, Rebecca Maroko de Ouni, Samuel Beauvois et Bertrand Deroanne de AssurBox, avec un coup de cœur décerné à Ilana DeVillers et Xénia Ashby de Food4All. ●



SFP / LTC / SFA

TECHNICIEN EN ADMINISTRATION ET COMMERCE EN BLENDED LEARNING

Le Service de la formation professionnelle (SFP), en collaboration avec le Lycée technique du Centre (LTC) et le Service de la formation des adultes (SFA) ouvrent une nouvelle voie de qualification pour le diplôme de technicien en administration et commerce (DT CM) pour adultes.

Pour cette nouvelle formation, les cours seront dispensés en mode *blended learning*, autrement dit, une partie des cours aura lieu en cours du soir et une autre partie à distance, donc via l'*e-learning*. Les cours en *e-learning* seront assurés par les mêmes enseignants que ceux prenant en charge les cours en présentiel et ces cours seront diffusés via la plateforme www.ecampus.lu. Cette plateforme propose des sites web avec l'ensemble des fiches pédagogiques et une salle de classe virtuelle, qui permet d'assurer le suivi des *e-learners* avec leurs devoirs et leur parcours personnel. Cette nouvelle formation sera proposée dès la rentrée 2018/2019 avec une classe de quatrième régulière et une classe de quatrième en régime francophone, dénommées respectivement 4TPCM-S et 4TPCMF-S (quatrième technicien plein temps administration et commerce – francophone). Ces classes pourront être ache-

vées en une année scolaire. Les cours s'étaleront sur 4 à 5 jours par semaine du lundi au vendredi entre 18h30 et 21h10, à l'exception des vacances scolaires.

Ils auront lieu au LTC. Les classes de 3TPCM(F)-S seront proposées de façon analogue dès la rentrée 2019/2020. Par la suite, il est envisagé d'organiser les classes de 2TCCM(F)-S et 1TCCM(F)-S en régime concomitant, combinant le *blended learning* avec un contrat d'apprentissage en entreprise. Les prérequis sont d'avoir accès à la formation DT CM à l'issue des classes inférieures et de disposer d'un ordinateur avec connexion Internet pour l'apprentissage à distance. ●

Inscriptions du 2 juillet au 28 septembre 2018, sur dossier. LTC – Secrétariat des élèves, 106, avenue Pasteur à Luxembourg – Limpertsberg. Tél. : 47 38 11-223 E-mail: couso@ltc.lu

VOUS AVEZ TOUJOURS VOULU GÉRER VOTRE PROPRE MAGASIN ?

ET VOUS ÊTES...

- passionné par l'alimentation
- entrepreneur dans l'âme
- manager inspirant et rassembleur
- ambitieux, vous avez envie de devenir indépendant
- soucieux de la satisfaction du client

... et vous êtes prêt à travailler à long terme pour une marque en pleine croissance, misant sur une formule moderne et affichant une rentabilité prouvée ...

**ALORS, QU'ATTENDEZ-VOUS POUR
NOUS REJOINDRE ET CROQUER LA VIE
À PLEINES DENTS ?**



Contactez-nous sur
projets@delhaize.lu

www.delhaize.lu



BRÈVES



MLQE – STUDENT AWARD

Call for applications

The Student Award, created in 2014, is intended to reward the best works realised by students in the frame of their studies in the field of quality. All students following a training focused on quality management, performance, QSE and/or CSR are free to apply for this award. It will bring visibility to the school and it will allow students to obtain a scholarship for their future projects. Applications must be submitted by 15 October 2018 and presentation to the jury will take place in October/November 2018.

More information:
info@mlqe.lu

GREATER REGION

The university at the top

The University of the Greater Region (UniGR), which reunites the universities of Kaiserslautern (D), Liège (B), Lorraine (F), Luxembourg (L), Saarland (D) and Trier (D), announced its intention and potential to become one of the first "European universities". Since 2008, UniGR has been implementing a joint development strategy to upkeep university collaboration. The European Union will launch a call for proposals in the coming months and the political representatives already officially support the candidacy of UniGR.

TEACHERS MEET BUSINESSES

À LA SUPERDRECKSKËSCHT

L'édition 2018 de l'initiative « Teachers meet businesses », placée cette année sous le thème de l'économie circulaire, a rassemblé une vingtaine d'enseignants de l'enseignement secondaire qui ont visité la SuperdrecksKëscht.

Teachers meet businesses » est le fruit d'une collaboration entre l'Institut de Formation de l'Éducation nationale et la Chambre de Commerce, et vise à mieux orienter les jeunes dans leur choix d'études ou professionnel, en faisant la connaissance d'un secteur prometteur et en appréhendant les besoins des entreprises dans ce secteur.

La visite de la SuperdrecksKëscht a permis aux enseignants d'apprécier la diversité des qualités et qualifications recherchées dans le sec-



teur. Les trois quarts des employés ont un profil généraliste de type BTS, essentiel pour l'entreprise et utile dans l'industrie de l'économie circulaire. À la SuperdrecksKëscht, un tiers des recrues seulement dispose de qualifications universitaires avancées, les profils les plus recherchés étant, entre autres, des économistes avec un intérêt pour l'économie circulaire et le domaine environnemental ou encore des chimistes.

La formation *in-house* restant indispensable quels que soient les types de profils. ●



TOURISME

Le pays en photocubes

Inauguré par la secrétaire d'État à l'Économie, Francine Closener, le projet des photocubes Luxembourg vise à promouvoir la diversité des paysages et des sites touristiques du pays à travers des vues insolites des régions du Grand-Duché.

Cinq photocubes, créés dans des

ateliers protégés, se trouvent désormais place de l'Europe à Schengen, place de la Gare à Luxembourg-ville, dans l'enceinte de la gare de Belval, sur le site de la Heringer Millen au Mullerthal, ainsi qu'en face de l'hôtel Belvédère à Vianden et resteront à ces emplacements jusqu'à l'automne, avant de se déplacer à travers tout le pays. ●

SÉCURITÉ-SANTÉ
AU TRAVAIL 2018**Pétillances remporte le Prix du public**

Le Prix national sécurité-santé au travail 2018 dans la catégorie « Entreprises ≤ 50 salariés – volet santé et bien-être » a été décerné à l'entreprise Pétillances pour le projet « Keskonfaisi ? ». Pétillances est un organisme de formation continue dédié au développement des compétences personnelles et à la prévention des risques psychosociaux. « Keskonfaisi ? » est une solution ludique de prévention des risques psychosociaux. Ce jeu de l'oie reprend plus de 40 situations problématiques auxquelles toute entreprise risque d'être confrontée un jour : addictions, suicides, conflits, rumeurs, décès d'un proche, maladies récurrentes ou encore le burn-out... ●

ProximIT day,

02.10.18

RENCONTRES & SOLUTIONS IT
INNOVANTES ET ACCESSIBLES.

- ✓ Boostez vos performances
- ✓ Découvrez de nouvelles solutions
- ✓ Rencontrez des acteurs majeurs de l'IT

Venez assister à ce rendez-vous **unique** et **gratuit**, vous bénéficierez de nombreuses opportunités de développement de votre IT.

Rendez-vous le 2 octobre à
l'Alvisse Parc Hotel, Luxembourg.

Inscription et informations :
www.rcarre.com/event

innovation

mobilité

ÉCONOMIE
CIRCULAIRE

TECHNOLOGIES VERTES

sécurité



ProximIT
day 02.10.18

Rcarré SA ■ Rcube Professional services SA
77-79, Parc d'Activités ■ L-8308 Capellen
www.rcarre.com ■ www.rcube.lu



BRÈVES



ICFA

Premiers lauréats

L'International Climate Finance Accelerator Luxembourg (ICFA) a annoncé le 30 mai les lauréats de sa première sélection de gestionnaires de fonds: Empower New Energy, société d'investissement proposant le financement d'énergies propres dans les pays en voie de développement; Impact Capitalyst, gestionnaire de fonds investissant dans des entreprises agricoles durables en Afrique subsaharienne; Serimus Hydro, active dans le financement de centrales hydroélectriques; et Uberis Capital, société d'investissement à impacts sociétaux, active dans les pays émergents.

**CLUSTER FOR LOGISTICS
New business models
in supply chain**

Disruptive innovation is needed in fast paced sectors like supply chain. Startups can inspire big players during these game changing times. In order to promote innovative concepts and projects in Luxembourg and the Greater Region, the 11th Cluster for Logistics Luxembourg conference on 29 May was dedicated to "Smart startups and new business models in supply chain". The topic attracted over 100 guests and ten startups had the opportunity to present their services. Presentations: www.clusterforlogistics.lu/cluster/c4l-startup-conference-2018



SRI LANKA

A trading hub for South Asia

On 16 May 2018 the Luxembourg Chamber of Commerce, in close cooperation with the Embassy of Sri Lanka in Brussels, organised a seminar to discover Sri Lanka's trade opportunities. The participants got insights about the opportunities existing in Sri Lanka, which is enjoying since 2017 the benefit of the EU GSP Plus

(Generalised Scheme of Preferences) granted by the European Union and giving European companies an access to neighbouring markets such as India and Pakistan utilising the Free Trade Agreements that Sri Lanka has signed with those countries. ●

More information and presentations: www.cc.lu/actualites

MAROC

OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES

Le 25 mai 2018, la Chambre de Commerce a organisé un séminaire dédié aux opportunités d'affaires au Maroc. Cet événement avait pour objectif de présenter les grands agrégats de l'économie marocaine et d'informer les sociétés luxembourgeoises des opportunités d'affaires à saisir.

Le Maroc compte 35 millions d'habitants et, avec un taux de croissance de 4,8 %, représente le 6^e PIB d'Afrique.

La situation politique stable, ainsi que la paix et la sécurité dues aux réformes engagées par S.M. le Roi Mohammed VI depuis 1999 font du Maroc une destination appréciée des investisseurs étrangers.

Au cours du séminaire, Hassan Touri, consul général du Maroc à Liège, a présenté les nouvelles politiques sectorielles concernant le tourisme, l'agriculture, la logistique, les énergies solaire et éolienne, le numérique, ainsi que le plan d'accélération industriel pour lequel 14 contrats de performance ont déjà été signés: industries automobile, aéronautique, pharma-



ceutique, cuir, textile, offshoring, agroalimentaire et des phosphates.

Takis Kakayannis, conseiller économique et commercial belge basé à Casablanca, a poursuivi en prodiguant quelques conseils quant aux habitudes commerciales et aux différences culturelles. Pour se rendre réellement compte des réalités du marché, il a encouragé les sociétés à se rendre sur place.

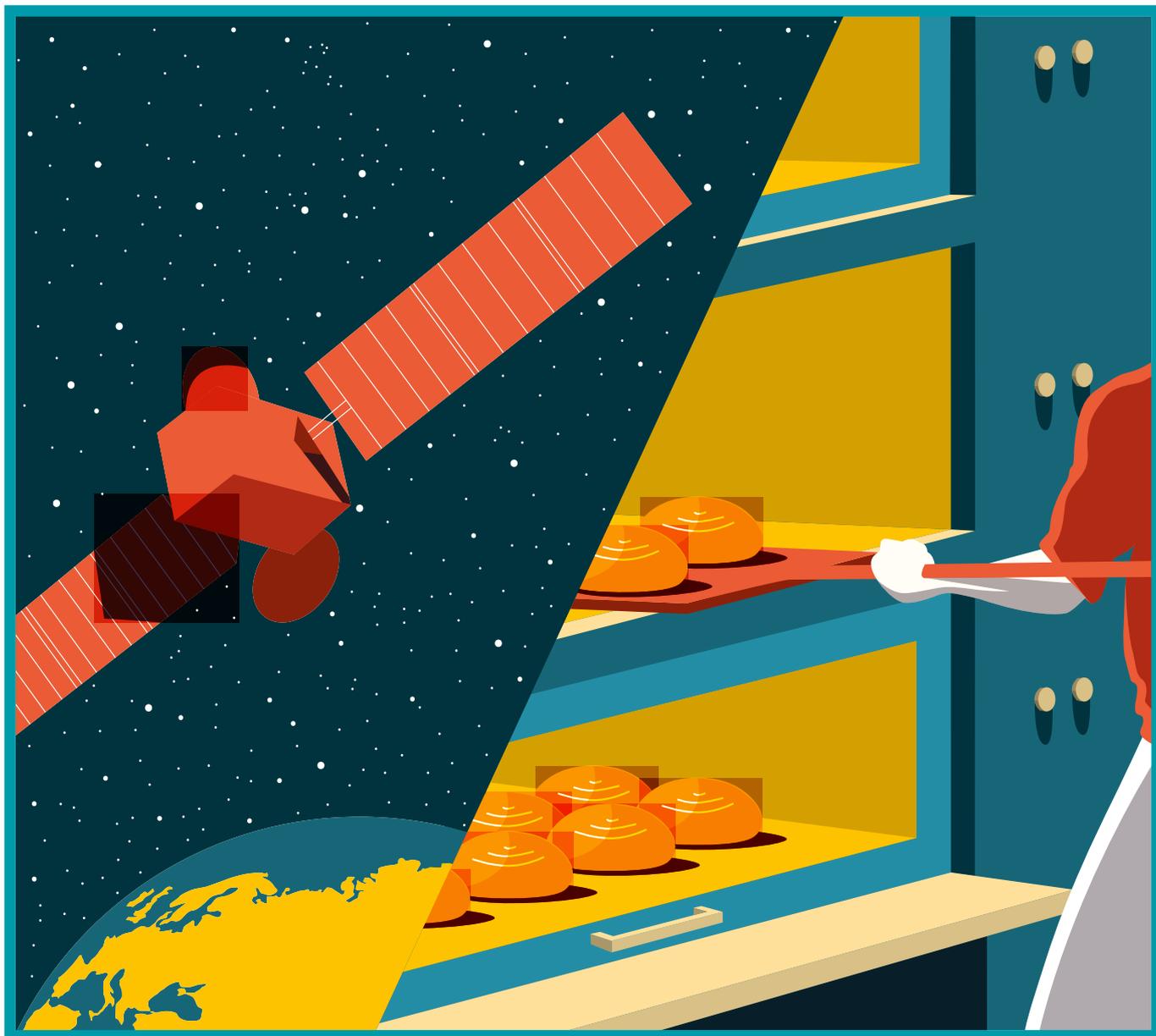
Il est à noter que la Chambre de Commerce organisera un stand collectif et/ou une visite accompagnée au salon Med-IT One to One à Skhirat les 27 et 28 novembre 2018. ●

Plus d'informations: www.cc.lu/actualites

**CONNECTED VEHICLES
Call for expressions
of interest**

A call is organised to collect interest from local authorities, companies and academia, located in France, Germany or Luxembourg, to test innovative technologies linked to automated and connected driving through experiments (use of automated and connected vehicles, with a focus on safety and traffic management impacts, interactions with the infrastructure and other vehicles or road users; impacts on mobility and the environment...), which results will allow accumulation and share of lessons learned between stakeholders from the three countries. ●

Applications must be submitted by 2 July 2018 via: crossborder@testbed.lu



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

BRÈVES



STADE NATIONAL

Les travaux avancent

Le projet du nouveau stade prévoit la construction d'un terrain de football / rugby avec 9.385 places spectateurs assises couvertes, des espaces VIP, des kiosques à nourriture, un business club avec cuisine, des salles et locaux pour la presse, des vestiaires, ainsi que toutes ses fonctions auxiliaires et l'aménagement des alentours, le tout en conformité avec les normes FIFA/UEFA (stade catégorie 4) et les normes World Rugby. Actuellement, 70 % des travaux de gros œuvre sont achevés et leur fin ainsi que celle de la charpente métallique sont prévues pour janvier 2019 pour une livraison fin 2019.

ESA

11 postes de stage

Pour développer les compétences dans le secteur spatial, un accord a été conclu entre le ministère de l'Économie et l'Agence spatiale européenne (ESA), permettant aux jeunes diplômés luxembourgeois d'obtenir une première expérience professionnelle dans l'aérospatial. Pour 2018, l'ESA propose 11 postes de stage à des étudiants luxembourgeois.

Détails et modalités : <https://meco.gouvernement.lu/fr/LuxYGT>

UP FOUNDATION

L'ÉDUCATION, AFFAIRE DE TOUS

L'UP Foundation a été officiellement lancée fin mai. UP est une fondation de droit privé qui s'est donné pour mission de promouvoir l'éducation au sein de la société civile.

UP a été fondée moyennant une dotation unique du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse. « *L'éducation est au service de la société. Elle prépare les jeunes à prendre leurs responsabilités au sein de la société, elle transmet des valeurs, une culture, un modèle de vivre-ensemble. Elle nous concerne tous* », a expliqué le ministre Claude Meisch. Pourtant, l'école est parfois trop repliée sur elle-même et ne peut que tirer profit d'un large débat de société. L'UP Foundation a justement été créée pour donner aux acteurs de la société civile l'occasion de s'exprimer, de collaborer, de lancer de nouvelles idées pour alimenter le débat autour de l'éducation.



Indépendante et apolitique, la fondation a la volonté de devenir non seulement un partenaire de la politique éducative, mais aussi une voix critique. Parmi les actions qui seront mises en place : un networking entre les acteurs d'initiatives existantes ; un forum de discussion pour animer des débats positifs autour des défis de l'éducation ; un laboratoire pour lancer de nouvelles idées ; et un prix pour récompenser les initiatives efficaces. Le groupe initiateur d'UP représente le plus largement possible les différents secteurs de la société civile : l'innovation, l'entrepreneuriat, la culture et l'art, le social, les étrangers, les frontaliers, l'éducation formelle et non formelle... ●

COMMISSION EUROPÉENNE
Jean Monnet II : c'est parti!

Les travaux du bâtiment Jean Monnet II de la Commission européenne à Luxembourg ont démarré. Situé dans le quartier européen du Kirchberg, le bâtiment sera réalisé en deux phases (achevées en 2023 et 2024),

comprenant un bâtiment de sept étages et une tour de 23 étages. 3.600 agents évolueront dans un seul complexe d'immeubles réunissant la grande majorité des services de la Commission européenne. Le budget total du projet est de 526,3 millions d'euros. ●

CHINALUX

5th anniversary

Chinalux gathered with members and friends at the Luxembourg Chamber of Commerce to celebrate its 5th anniversary. The members shared some of their many experiences as founders of the Chamber over the past five years. Most notably, they outlined the development and further deepening of China-Luxembourg relations during this time and what this has meant for the evolution of Chinalux. It was also announced that Chinalux have launched the China-Luxembourg Factsheet, which outlines the key facts and figures in terms of trade, demographics and "milestones" of China-Luxembourg relations. ●



COMMERCES ET ENTREPRISES: S'INSTALLER À DUDELANGE

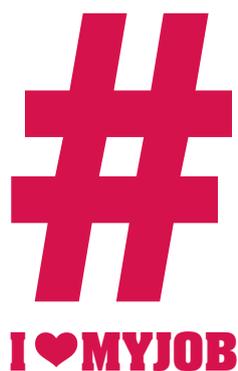
Dudelange, 4ème ville du Luxembourg, a connu une forte croissance démographique depuis l'ère industrielle et compte aujourd'hui près de 21 000 habitants. Située dans une région facilement accessible, sa population, jeune et multiculturelle, possède un pouvoir d'achat élevé.

Dudelange est une ville dynamique. Ses grands projets urbains le prouvent : le projet urbain « Am Duerf », qui mêle immeubles d'habitation et surfaces commerciales ; le réaménagement de l'avenue Grande-Duchesse Charlotte, l'artère commerciale de la ville ou le grand projet Neischmelz qui regroupera logements, commerces, services et loisirs.

Présence d'entreprises performantes et d'infrastructures modernes, proximité d'une réserve naturelle, qualité de vie agréable, vie culturelle riche,... Ces atouts font de Dudelange un lieu idéal pour les commerces de proximité et les professions libérales.

Informations

Service de l'architecture et des domaines, tél. 516121-381/-384/-383 ou via email : ville@dudelange.lu



DUDELANGE,
ON DIRAIT
LE SUD

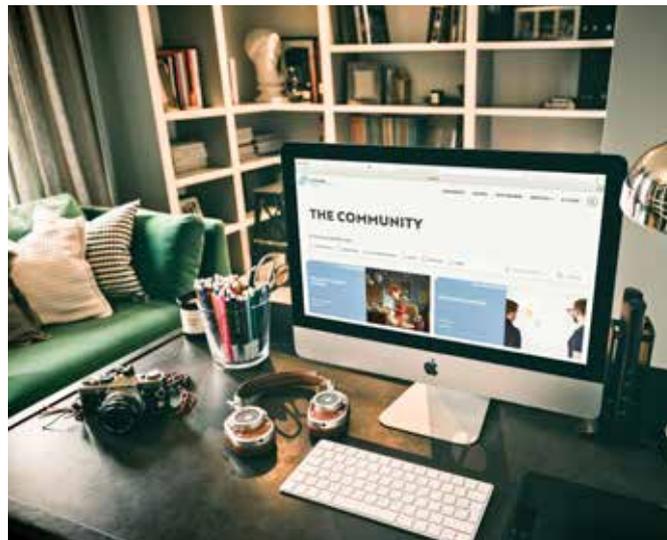
LIEWE WÉI AM SÜDEN



CREATIVECLUSTER.LU

LES INDUSTRIES CRÉATIVES ONT LEUR PLATE-FORME

Afin de créer un lien étroit entre tous les professionnels relevant de l'industrie créative au Luxembourg et les acteurs susceptibles de faire appel à leurs services, Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie, a lancé creativecluster.lu.



Structure animée par Lux-innovation, le Luxembourg Creative Industries Cluster a comme objectif de soutenir le développement économique du secteur qui regroupe des branches d'activité comme l'architecture (ingénierie / urbanisme), l'artisanat, les arts visuels, le film et la production audiovisuelle, le design, le dessin de mode, le

gaming, le marketing et la communication, la littérature, les médias numériques, l'édition de médias, ainsi que les arts performatifs et la musique. *Creativecluster.lu* a pour ambition de faciliter la communication entre les différentes parties prenantes. Le site présentera des offres d'emploi dans le secteur créatif, ainsi que des appels à projets et évé-

nements. « En promouvant de la sorte les capacités des acteurs créatifs luxembourgeois aux niveaux national et international, ce puissant outil de recherche permettra également aux entreprises et aux organisations de trouver facilement les produits et services créatifs qu'elles recherchent au Luxembourg », a commenté Marc Lis, *cluster manager*. Au Luxembourg,

les industries créatives représentent plus de 2.200 entreprises et 7.000 emplois, dont un millier d'indépendants. En automne sera par ailleurs publiée la première édition du magazine annuel *DoDoDo*, qui présente tous les membres du Luxembourg Creative Industries Cluster, en mettant en avant leurs réalisations remarquables. ●



E-COMMERCE

ET BIEN, LETZSHOP'ONS MAINTENANT!

Plus de 100 commerçants de détail se sont regroupés pour faire face aux nombreux défis de la vente en ligne. Le portail LetzShop a vocation à soutenir le développement et la digitalisation du commerce de proximité et de détail.

S'inscrivant dans le Pakt PRO Commerce visant à apporter un soutien au développement et à la digitalisation du commerce de détail urbain, letzshop.lu offre à l'ensemble des commerces luxembourgeois une vitrine en ligne pour mettre en valeur leur offre et pour vendre leurs produits directement via Internet. Les achats effectués à travers la plate-forme peuvent soit être livrés au domicile du client, soit être retirés directement dans les magasins, redynamisant ainsi le commerce urbain. Initié par le ministère de l'Économie, le groupement d'intérêt économique (GIE) Luxembourg for Shopping est en charge de la mise en place et de la gestion de la plate-forme nationale pour le commerce en ligne. Le GIE regroupe le ministère de l'Économie, la Chambre de Commerce,

la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc), ainsi que les 16 communes qui participent actuellement au projet. Les commerçants présents sur la plate-forme versent au GIE une cotisation annuelle de 500 euros pour profiter de la solution d'e-commerce clés en main et mutualisée, sans payer de commission sur les ventes réalisées. La plate-forme sera mise en ligne officiellement le 14 septembre prochain. Actuellement, plus de 100 commerces ont déjà confirmé leur participation, et la réalisation de leur boutique en ligne est en cours. Les commerces luxembourgeois qui souhaitent apparaître sur la plate-forme letzshop.lu et bénéficier d'une vitrine en ligne pour leur magasin et leurs produits peuvent contacter l'équipe de letzshop.lu (contact@letzshop.lu). ●

Digital transformation is in the air...
Dive in with us!



Digital transformation requires real changes of how you do business. We are here to support you by giving **advise** on your strategy and helping to **analyse** your customer and business data. We also love to **share** our digital expertise with you and to **create** exceptional digital solutions. Want to put your customer experience first? Contact us!

www.nvision.lu



nvision
Creating Experiences

BRÈVES



HOESCA

Un jeu de cartes pour les bistros

L'Horesca a lancé *Up & Down*, un nouveau jeu de cartes, créé à Luxembourg avec le soutien de la Chambre de Commerce, et envoyé à tous les cafés qui participent à la campagne *Flott Spillwenter*. La fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Grand-Duché désire par ce biais promouvoir les jeux de société au bistrot et redynamiser l'aspect social des cafés dans le pays. L'Horesca décernera également chaque année, le prix « Jeu pour café de l'année ». Plus d'informations sur www.wellkomm.lu

UEL

Olinger directeur

Suite logique du processus de transition amorcé par l'UEL il y a un an et sur proposition du président Michel Wurth, le conseil d'administration a nommé Jean-Paul Olinger directeur de l'UEL. Il succède à Jean-Jacques Rommes qui reste au service de l'UEL et continue ses mandats auprès du CES dont il est actuellement le vice-président. Dans le cadre de ses nouvelles attributions, Jean-Paul Olinger est aussi nommé directeur de l'INDR et président de la Mutualité des employeurs.

MUDEC
50 ans!

Présent au Luxembourg depuis 1968, le Miami University John E. Dolibois European Center (MUDEC) fête son cinquantième anniversaire. Le MUDEC est le campus international de la Miami University (MU), implantée à Oxford, Ohio, l'une des plus anciennes et prestigieuses universités des États-Unis. De nombreuses festi-

étés sont prévues cette année, autant pour le campus de Differdange que pour les plus de 12.000 étudiants américains ayant suivi un programme au Luxembourg, notamment l'accueil à Luxembourg de 800 alumni ou la remise d'un Honorary Business Award par la Luxembourg-American Chamber of Commerce (LACC) au cours d'une grande soirée de gala à New York City. ●

JEAN-SÉBASTIEN CORON
**An ERC
Advanced Grant**

Jean-Sébastien Coron, associate professor in cryptography at the University of Luxembourg, has been awarded the prestigious Advanced Grant by the European Research Council (ERC). Jean-Sébastien Coron and his team will receive up to 2.5 million euros over a period of five years to conduct research in cryptography at the University's Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust (SnT). The ERC Advanced Grant is the most prestigious individual research grant in Europe and already the third to be awarded to a SnT affiliated researcher. ●

JONK ENTREPRENEUREN LUXEMBOURG

**PICTO GAGNANT
DU YEP 2018**

Organisé par l'asbl Jonk Entrepreneuren Luxembourg (JEL) en partenariat avec la BIL et l'asbl nyuko, le Young Enterprise Project (YEP), proposé depuis 2012 par Jonk Entrepreneuren Luxembourg, rencontre un succès grandissant.

S'adressant aux jeunes étudiants en BTS, âgés de 19 à 25 ans, le YEP permet à des équipes de 4 à 5 élèves formées au début de l'année scolaire de réaliser un plan d'affaires à partir d'une idée innovante de produit ou de service. Le projet leur donne l'occasion de développer des capacités entrepreneuriales nécessaires dans le monde du travail. 22 équipes (16 en 2017) provenant de l'École de commerce et de gestion, du Lycée technique d'Ettelbruck et du Lycée des Arts & Métiers ont participé à cette édition. Au total, sept équipes ont été retenues pour la finale. N'ayant que cinq minutes pour présenter leur projet, les élèves ont redoublé d'efforts pour condenser des mois de travail en un temps minime. Le jury, composé de Thibaut Ciccone (nyuko asbl), Marc Hoffmann



(Cactus), Marc Feider (Allen & Overy), Dominique Moeremans (professeur en marketing à l'ECG), Tom Lessel (BIL) et Nico Grethen (BIL), a décerné cette année le premier prix à l'équipe *Picto* de l'ECG. L'idée des trois élèves, Tina Leurs, Gianluca Marinelli et Alessio Weber, est de créer un outil de communication pour les personnes autistes sous forme d'une application digitale remplaçant le papier actuellement utilisé. L'équipe *Share my Country*, composée d'élèves du Lycée technique d'Ettelbruck, a remporté le deuxième prix, et le troisième prix a été remis à l'équipe *Sneak-Care* de l'ECG. L'équipe gagnante a représenté le Luxembourg lors de la finale européenne du projet qui se déroulait à Riga (Lettonie) du 25 au 27 juin. ●

PRÊT À
M'ENGAGER!

PRÊTE À
L'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

Powered by

CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

MOBILITÉ CoPilote ses déplacements

Depuis mai 2018, le Luxembourg dispose de sa propre plateforme de covoiturage, CoPilote, mise en place par le ministère du Développement durable et des Infrastructures grâce à la technologie de la société Ecolutis, filiale de SNCF Mobilités. CoPilote est un site web et une application pour les appareils mobiles (Android et iOS) qui permet de mettre en relation des personnes ayant des places disponibles dans leur véhicule avec des personnes ayant un trajet similaire à effectuer et cherchant une place dans une voiture. Le système de réservation est intuitif car il utilise les codes désormais bien connus des plates-formes d'achat en ligne. Pour donner un premier aperçu du site aux visiteurs, une recherche de trajet est possible sans

obligation de s'enregistrer. Pour pouvoir profiter de l'intégralité des fonctionnalités, une inscription à titre gratuit est par contre nécessaire. Les conducteurs peuvent entrer des trajets réguliers ou uniques, en indiquant l'heure, le lieu de départ et celui d'arrivée, ainsi que des informations supplémentaires s'ils le désirent (taille des bagages, ambiance de la voiture...). Ils ont le droit de demander une participation aux frais, qui peut aller jusqu'à 10 cents par kilomètre. Les passagers peuvent payer facilement via la plateforme. Pendant la phase de lancement (jusqu'au 15 juillet 2018), CoPilote remboursera au passager jusqu'à 2 euros par trajet. Pour aller plus loin, le ministère étudie la possibilité de réserver des voies de circulation sur l'autoroute aux véhicules ayant au moins trois passagers. ●



CHAMBRE DE COMMERCE / FEDIL Présence commune à la Foire d'Hanovre

Avec 6.500 exposants et quelque 200.000 visiteurs, la Foire d'Hanovre est un rassemblement international reconnu pour la promotion de l'innovation et des nouvelles technologies appliquées à l'industrie. Pour l'édition 2018, la Chambre de Commerce et la Fedil ont proposé plusieurs initiatives. Un pavillon national de 120 m²,

dédié à la recherche et à l'innovation, a rassemblé cinq entreprises luxembourgeoises actives dans les technologies et les systèmes et procédés industriels intelligents et interconnectés. Une visite accompagnée d'une journée a permis à 47 participants de découvrir un parcours guidé sur le thème « Predictive maintenance ». Enfin, 2.000 rencontres d'affaires « b2fair » ont été organisées durant les cinq jours de la foire. ●



SUPERDRECKSKËSCHT

EMPRUNTER ET FAIRE RÉPARER, EN LIGNE

Pourquoi toujours acheter du neuf et jeter nos anciens objets ? Emprunter et réparer peuvent être des options intéressantes pour faire des économies tout en préservant l'environnement des déchets inutiles et en épargnant les ressources naturelles.

Partant du principe qu'il est avantageux d'emprunter ou de réparer ce dont on a besoin, surtout les produits utilisés de manière très irrégulière, la SuperDrecksKëscht, avec plusieurs partenaires, dont la Chambre de Commerce et l'INDR, a créé une nouvelle plateforme qui recense les adresses d'entreprises qui réparent des appareils ou des objets, ainsi que celles des endroits où l'on peut emprunter des équipements.

Le site compte actuellement 12 catégories (appareils électriques, véhicules et remorques, cérémonies et fêtes, jardinage et plantation, maison et appartement, caméras et appareils optiques, vêtements et bijoux, machines et appareils électroménagers, dispositifs médicaux, meubles et vaisselle, instruments de musique, sport et jouets) et 80 entreprises partenaires.

La plateforme Flécken a Léinen doit permettre à chaque consommateur de contribuer concrètement et quotidiennement à résoudre les problèmes environnementaux globaux, en modifiant certaines de ses habitudes d'achat et de consommation. Pour une réparation, le client devra faire une description précise de la panne, demander un devis, fournir si possible le mode d'emploi et convenir d'un délai. Pour un emprunt, il est conseillé de bien lire toutes les conditions du contrat de prêt (assurance, que faire en cas de dommages, durée du prêt...) et, bien entendu, de restituer l'objet dans son état d'origine.

Les magasins participants seront dotés d'un autocollant Flécken a Léinen. ●

Plus d'informations :
www.flecken-a-leinen.lu



1

Profile analysis

By **analysing** a combination of behaviour, attitudes and values, obtain an impartial picture of your candidate and his ideal work environment.

2

Job profile

By **evaluating** the candidate against the job profile, gain a comprehensive assessment of their dissensions and compatibilities to make an informed hiring decision.

3

Stress quotient

By **identifying** individual and workplace stress in seven index factors, learn how to address stress and influence collective productivity and workplace satisfaction.

4

Emotional Quotient

By **empowering** an individual to comprehend his emotional intelligence, develop improved acumen & insight to facilitate collaboration and adaptability in the workplace.



*Lilith Project uses exclusively 4 TTI success insights, HR management tools

Innovative solutions for Human Ressources.

Lilith Project provides HR services for companies, selecting, evaluating and training their employees. Based on products from *TTI Success Insights**, Lilith Project allows the leader to streamline the recruitment and achieve a maximum productivity.



lilith project

The Lilith Project Sàrl
71, avenue Gaston Diderich
L-1420 Luxembourg
www.lilith.lu

DOSSIER





La première édition de Meet Luxembourg, organisée sous le haut patronage du ministère de l'Économie par le Cluster MICE et Luxembourg for Tourism, s'est déroulée du 1^{er} au 3 septembre 2016 au Centre de conférences du Kirchberg. Objectif du salon : mieux faire connaître le Luxembourg comme destination de tourisme d'affaires.

CLUSTERS

FÉDÉRER POUR INNOVER

Depuis 2002, l'État luxembourgeois encourage la constitution de clusters pour les secteurs jugés prioritaires pour la diversification économique du pays. Il s'agit de fédérer les acteurs de l'industrie et de la recherche pour mieux valoriser les compétences et expertises présentes au Luxembourg. L'enjeu est d'aller plus loin et de concrétiser ces opportunités pour trouver des pistes de développement, mais aussi mener à bien des projets par le biais de partenariats.

Texte: Marie-Hélène Trouillez

Un « cluster » rassemble, sur un territoire donné, autour d'un même secteur d'activité et d'activités connexes, des entreprises et des acteurs économiques. Il structure et renforce la mise en réseau. La notion de « cluster » a été popularisée par Michael Porter dans son ouvrage publié en 1990 et intitulé *The Competitive Advantage of Nations*. Selon lui, le modèle de cluster reprend l'idée de regrouper des organisations sur un territoire pour accroître leur compétitivité. La proximité et les liens, qu'ils soient verticaux (liens clients-fournisseurs, par exemple) ou horizontaux (produits et services complémentaires, utilisation de ressources, de technologies semblables), impliquent des relations sociales qui bénéficient aux entreprises concernées. Aussi, le cluster peut-il

se comprendre comme « une forme de réseau qui se produit dans une localisation donnée, où la proximité d'entreprises et d'institutions assure certains éléments communs et améliore la fréquence et l'impact des interactions » ; autrement dit, comme une forme d'organisation en réseau du territoire, mettant l'accent sur des liens dans un lieu. Cependant, même si les proximités géographiques et organisées sont des atouts non négligeables pour le bon fonctionnement d'un cluster, certains écueils doivent être évités, comme les phénomènes de *lock-in* spatial, les objectifs trop diversifiés, les blocages organisationnels... Une gouvernance efficace et une participation active de toutes les parties prenantes sont les garanties du succès dans l'émergence d'un cluster.

AMÉLIORER LA COMPÉTITIVITÉ PAR LA MUTUALISATION DES COMPÉTENCES

D'une bonne mise en relation peuvent naître de belles opportunités. C'est sur ce credo que le Luxembourg a mis en place 11 clusters, regroupés autour de secteurs économiques stratégiques du pays. Leurs missions sont d'améliorer la capacité d'innovation et, de surcroît, la productivité en facilitant les ►





Le « diamant » de Michael Porter

Selon Michael Porter, le cluster permet d'intensifier les interactions entre quatre facteurs complémentaires qui constituent un avantage compétitif, synthétisés par le « diamant ».

- Les ressources, qui incluent les facteurs de production des entreprises du cluster : la main-d'œuvre scientifique et technique, le capital pour les étapes de financement des entreprises, les infrastructures et les ressources naturelles.
- Un environnement politique, législatif et économique sain et stable, qui encourage l'investissement, l'innovation et la concurrence.
- Un marché local de qualité avec des consommateurs exigeants qui poussent les entreprises à plus d'innovation et de qualité.
- Un tissu local riche de fournisseurs et d'industries connexes.



01.

interactions et les complémentarités qui existent entre leurs entreprises. Ainsi, les acteurs privés, les chercheurs et les autorités étatiques s'investissent pour détecter des opportunités et besoins communs, avec comme objectif de faire naître de nouveaux projets qui serviront les acteurs et l'économie en général. Ils contribuent également au rayonnement international d'un pays ou d'une région, notamment par l'attraction d'investissements directs étrangers et d'une main-d'œuvre hautement qualifiée nécessaires au dynamisme des acteurs.

LA CLUSTER INITIATIVE, ÉLÉMENT PRIMORDIAL DE LA POLITIQUE D'INNOVATION

En 2002, le gouvernement luxembourgeois a lancé la Luxembourg Cluster Initiative, un élément-clé de la politique nationale de recherche et développement et d'innovation qui regroupe plusieurs clusters et réseaux d'innovation établis sur le territoire national. L'initiative vise à développer des technologies de pointe, tout en soutenant l'expertise technologique existante du Luxembourg, ainsi qu'à promouvoir le développement de centres d'excellence. Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, est en charge de la gestion organisationnelle quotidienne qui est réalisée par un *cluster manager*. Chaque cluster est dirigé par un président qui représente le secteur privé, et celui-ci est assisté par deux vice-présidents issus de la recherche publique. La Luxembourg Cluster Initiative propose des services spécifiques et des outils adaptés aux besoins de ses membres, en phase avec ses cinq piliers : développement des affaires, innovation de produits et services, internationalisation, prospection et image de marque.

Les clusters inclus dans l'initiative ne sont pas choisis au hasard. Ils se concentrent sur des technologies-clés stratégiquement sélectionnées et

visent à renforcer les domaines économiques déjà florissants au Luxembourg, ainsi qu'à développer de nouveaux secteurs d'activité qui présentent le plus grand potentiel pour le développement durable de l'économie nationale. Ainsi, entre 2002 et 2016, cinq regroupements ont été créés, rassemblant des entreprises phares dans les domaines de la biomédecine, des technologies environnementales, des technologies de l'information et de la communication, des sciences des matériaux et de l'automobile. En 2016, la Luxembourg Cluster Initiative a poursuivi son développement avec de nouveaux membres venus grossir ses rangs. Aux cinq clusters existants se sont ajoutés deux autres clusters actifs dans le secteur du bois pour l'un, et des industries créatives pour l'autre.

LE LUXEMBOURG ICT CLUSTER

Créé dès 2002, le Luxembourg ICT Cluster rassemble les acteurs du secteur des technologies de l'information et de la communication au Luxembourg. Il vise à optimiser l'utilisation des TIC en tant que technologie habilitante et à valoriser le secteur des TIC, en encourageant le réseautage et la collaboration entre les secteurs privé et public.

Parmi les nombreux services de promotion nationale et internationale ou mises en réseau, propres aux clusters, citons notamment le soutien apporté par l'ICT Cluster au développement des entreprises dans des domaines ciblés, alignés sur les priorités luxembourgeoises : cybersécurité, fintech, *big data*, Internet des objets, informatique haute performance, intelligence artificielle, *blockchain*, etc., ou encore l'aide aux startups TIC prometteuses pour leur développement à l'international, en collaboration avec d'autres acteurs de l'écosystème luxembourgeois. En 2018, le Luxembourg ICT Cluster et le Luxembourg Materials & Manufacturing Cluster ont pris part au projet phare « high performance computing » (HPC) européen, en colla-



02.

boration avec le ministère de l'Économie et le Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST). Le Luxembourg est l'initiateur de ce supercalculateur et coordonne un groupe de plusieurs pays. La vocation de ce projet est de compléter le réseau européen de supercalculateurs au profit de l'industrie 4.0. Des applications seront développées pour améliorer la vie quotidienne, soutenir la *data-driven economy* et servir le concept de la Smart Nation. La Commission européenne a confirmé soutenir le projet avec d'importants moyens financiers.

LE LUXEMBOURG MATERIALS & MANUFACTURING CLUSTER

Les membres du Luxembourg Materials & Manufacturing Cluster, créé en 2002, vont des startups aux groupes multinationaux. Le cluster se concentre en particulier sur les matériaux composites, les matériaux biosourcés, les nanomatériaux et l'industrie 4.0, qui inclut notamment la fabrication additive, l'automatisation ou la robotique. Si l'on considère l'activité industrielle en lien avec la fabrication de matériaux ou de produits semi-finis utiles à l'industrie, le Luxembourg dispose de beaux atouts. Quelques références, au-delà d'ArcelorMittal, permettent de se convaincre du vivier de compétences à disposition sur le territoire : DuPont de Nemours, Guardian, Goodyear, Tarkett... pour n'en citer qu'une petite partie. À travers le cluster « materials », plus de 75 sociétés membres actives se rassemblent régulièrement pour travailler sur différents sujets.

Le Luxembourg a développé une réelle expertise, en particulier dans le développement de matériaux composites, ces alliages de fibres et de résines, aux nouvelles propriétés, desquelles peuvent découler des applications innovantes. Les matériaux composites ont fait l'objet d'un groupe de travail et d'un projet ambitieux impliquant plusieurs entreprises ►

01. 21 mars 2018 : Le Luxembourg Wood Cluster a organisé le premier Wood Cluster Forum à la Kulturhaus de Mersch.

02. D'ici 2018, le Luxembourg se dotera d'un « high performance computer » (HPC). Avec ce superordinateur, le Luxembourg, en tant que leader européen dans le domaine de la digitalisation, et l'UE entendent assurer leur compétitivité à l'échelle mondiale. Le département de la Commission européenne affecté au projet HPC sera implanté au Luxembourg et emploiera environ 200 personnes.



JOHNNY BREBELS

Head of Cluster Initiative & Flagship Projects, Luxinnovation

3.000 nouveaux emplois nets d'ici 2020

Comment décririez-vous votre rôle au sein de votre organisation ?

« Il s'agit, dans un premier temps, de détecter, analyser et créer des synergies entre les clusters, les secteurs et les acteurs. Nous disposons pour cela d'une gouvernance similaire pour chacun de nos sept clusters : un président issu 'du terrain', un cluster manager qui connaît parfaitement bien le paysage économique et un steering committee qui regroupe les principaux acteurs dans chacun des secteurs. Ensuite, il s'agit de consolider les stratégies de chacun des clusters et de traduire cela en plan d'action annuel, en veillant surtout à une meilleure coordination possible entre les différents clusters. Enfin, il s'agit aussi de détecter et d'initier des projets phares, c'est-à-dire de grande envergure et ayant un grand impact économique. Des réalisations telles que le National Composite Centre-Luxembourg, le Circular Economy Hotspot Wiltz ou bien l'Automobility Cross-Border Test Bed sont des exemples parmi d'autres pour lesquels nous sommes partie prenante.

D'ici 2020, quels sont les objectifs mesurables attendus pour chaque entité ?

« Les objectifs du prochain contrat de performance (2018-2021) sont en cours de finalisation. Nous visons quelque 200 projets collaboratifs provenant des

activités cluster à mettre en œuvre ou bien à accompagner par le cluster management. 40 de ces projets bénéficieront d'un financement national de type RDI, dont quatre feront l'objet d'un partenariat public-privé et deux d'un financement RDI type pôle d'innovation ou infrastructure de recherche. Pour rappel, pour la seule année 2017, nous avons été à l'origine de 264 mises en relation entre sociétés, nous avons accompagné 143 entreprises, et pas moins de 38 projets collaboratifs ont été initiés par les clusters.

Combien d'emplois la Luxembourg Cluster Initiative devrait-elle contribuer à créer ?

« Nous estimons qu'entre 2014 et 2020, l'ensemble de nos actions va concerner la création d'environ 3.000 nouveaux emplois nets. »

**INTERVIEW****CORINNE BREVER**

CEO, Bois Brever, représentante de Fedil Bois et membre du Luxembourg Wood Cluster board

“ Nous assistons à un regain d'intérêt pour le bois, une ressource durable et écologique ”

À l'heure des nouvelles technologies, pourquoi un cluster dédié au bois ?

« Le cluster bois aide à promouvoir la filière bois au Luxembourg. Aujourd'hui, nous assistons à un regain d'intérêt pour le bois, une ressource durable et écologique qui peut être utilisée dans une grande variété de domaines, notamment les constructions écologiques. Les missions du cluster sont de valoriser le bois en tant que ressource locale et régionale, optimiser sa mise sur le marché et donner une nouvelle vie aux produits. Enfin, le cluster travaille sur la promotion de la recherche et de l'innovation dans le domaine du bois pour moderniser cette filière plutôt traditionnelle et la rendre plus attrayante.

Qu'apporte le Luxembourg Wood Cluster à votre entreprise et à la filière bois ?

« Étant donné que la filière bois n'est pas très grande au Luxembourg, le cluster favorise la collaboration entre les entreprises. Nos membres proviennent de différentes branches et trouvent de nouvelles opportunités de collaborations locales ou en Grande Région grâce à la mise en réseau avec d'autres membres du Luxembourg Wood Cluster. En effet, il ne faut pas nécessairement aller très loin pour trouver d'autres acteurs dans la filière bois.

Le cluster aide également à réfléchir pour trouver des solutions liées à l'approvisionnement en bois dans le futur.

Le cluster permet-il d'identifier plus facilement des besoins communs et aussi d'y remédier ?

« La véritable force d'un cluster réside dans sa capacité à rassembler les parties concernées et à les faire collaborer avec succès. Nos membres réfléchissent collectivement, mettent en place des projets collaboratifs par le biais de synergies et trouvent des moyens de remédier à des problèmes et défis communs. Différents groupes de travail, avec des compétences spécifiques dans un domaine donné, ont été créés pour faciliter ces démarches. Ces groupes sont en charge de proposer des solutions et de favoriser les échanges d'idées et de bonnes pratiques. »



03.

luxembourgeoises, le LIST, l'Université du Luxembourg, ainsi que le ministère de l'Économie. Le Luxembourg Materials & Manufacturing Cluster a été ainsi impliqué dans la création du National Composite Centre – Luxembourg (NCC-L), un centre de compétences d'envergure européenne autour des matériaux composites créé en 2015 et qui emploie une soixantaine de personnes. Doté d'un budget de 100 millions d'euros sur cinq ans, le NCC-L est financé par des fonds publics et privés. Au Luxembourg, le secteur des matériaux composites emploie quelque 1.600 salariés pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 400 millions d'euros par an.

LE LUXEMBOURG BIOHEALTH CLUSTER

Le Luxembourg BioHealth Cluster a été lancé en 2008 et vise à renforcer et à capitaliser la stratégie nationale développée par le gouvernement luxembourgeois, afin que la science en matière de diagnostic moléculaire devienne la pierre angulaire de la médecine personnalisée. Les membres du cluster sont des entreprises de R & D, des organismes publics de recherche, des laboratoires, des hôpitaux et d'autres acteurs (associations de patients, prestataires de services et de capitaux, etc.), dont les activités sont liées aux sciences et technologies de la santé. Le cluster met notamment l'accent sur la médecine personnalisée, un domaine dans lequel le Luxembourg a identifié différentes niches d'expertise dans lesquelles le pays a un fort potentiel de compétitivité à l'échelle mondiale : santé numérique, maladies neurodégénératives, diagnostic moléculaire et immuno-oncologie.

LE LUXEMBOURG ECOINNOVATION CLUSTER

Depuis 2009, le Luxembourg EcoInnovation Cluster favorise l'innovation, le développement des entreprises et la coopération intersectorielle en se concentrant sur un domaine de croissance potentielle :

03. 17 mai 2018 : Événement networking « Present Yourself Part III », organisé par le Luxembourg Materials & Manufacturing Cluster au Luxembourg Science Center, à Differdange.

04. 29 mai 2018 : Lancement de creativecluster.lu, la plate-forme de collaboration pour les acteurs des industries créatives au Luxembourg. Événement organisé par le Luxembourg Creative Industries Cluster, en présence de la secrétaire d'État à l'Économie Francine Closener, au 1535^e à Differdange.



04.

le mode de vie durable et les écotecnologies. Le cluster accompagne ses membres dans la création de nouveaux processus, produits et services, dans le but de faire du concept d'économie circulaire une réalité au Luxembourg.

Les activités du Luxembourg EcoInnovation Cluster se concentrent principalement autour de la diversification des activités des entreprises luxembourgeoises, afin de leur permettre d'acquérir et de développer de nouvelles compétences dans le domaine des écotecnologies, de la contribution au développement de nouvelles solutions environnementales et de la construction durable et la sensibilisation du public à l'adoption de « technologies vertes ».

L'étude stratégique autour de la Troisième Révolution Industrielle au Grand-Duché, impulsée par la théorie de Jeremy Rifkin, place l'économie circulaire au cœur de la réflexion, pour en faire un pilier transversal, qui impacte tous les secteurs : énergie, alimentation, mobilité, construction, industrie et finance. Ainsi, en juin 2017, le Luxembourg a été l'hôte de la deuxième édition du Circular Economy Hotspot, un événement international organisé autour de conférences et de visites de sites qui a permis au Luxembourg de se placer sur la scène internationale. Le cluster a également participé au projet Hot Spot Wiltz, destiné à positionner Wiltz comme un centre de compétences national de l'économie circulaire dans le cadre du programme national Pacte Climat Plus. Enfin, dans le cadre du programme Fit4Circularity développé par le ministère de l'Économie en collaboration avec Luxinnovation, pour accompagner les PME à saisir de nouvelles opportunités de croissance durable, le cluster éco-innovation aide à identifier la plus-value économique d'un tel changement de modèle et à déterminer les mesures intéressantes pour les entreprises.

LE LUXEMBOURG AUTOMOBILITY CLUSTER

Créé en 2013 et regroupant une cinquantaine de membres, le Luxembourg Automobile Cluster encourage l'innovation, le développement des affaires et la coopération intersectorielle en réunissant des fournisseurs de composants de l'industrie automobile basés au Luxembourg. L'un des grands projets du Luxembourg Automobile Cluster est le développement d'un campus dédié à l'innovation pour la mobilité et d'un incubateur d'entreprises. Le Luxembourg offre un accès aux principaux centres de développement européens des entreprises spécialisées dans les composants automobiles. Plusieurs grandes tendances dominent le secteur automobile et s'inscrivent sur la feuille de route du Luxembourg Automobile Cluster à l'horizon 2025-2030 : la décarbonisation, dont la mobilité électrique fait partie ; le volet « sécurité et connectivité », dont la conduite autonome est partie intégrante, ou bien encore le *manufacturing* du futur, avec tout ce que cela implique en termes de digitalisation et d'automatisation de nos entreprises.

Le Luxembourg Automobile Cluster est également impliqué dans les projets de véhicules autonomes, notamment le Cross-Border Test Bed avec l'Allemagne et la France annoncé au salon IAA (International Trade Fair for Mobility, Transportation and Logistics) à Francfort à l'automne 2017.

LES DERNIERS-NÉS DE LA CLUSTER INITIATIVE : LE LUXEMBOURG WOOD CLUSTER...

Le Luxembourg Wood Cluster se situe dans la logique d'une amélioration de la valorisation de ce matériau durable aux niveaux local et régional. Les bois et forêts couvrent plus de 90.000 hectares, soit près de 35 % du territoire national. Au Luxembourg, il existe près de 1.500 entreprises qui ont une activité directe ou indirecte en relation avec le bois. Ces entreprises emploient 11.000 personnes, avec plus de la moitié ►



Top 8 mondial des World Innovation Clusters

La revue américaine MIT Technology Review a établi en 2013 le top 8 mondial des World Innovation Clusters :

- Silicon Valley, USA (Google, Apple), 17 introductions en bourse, 64 % de travailleurs étrangers.
- Boston, USA (Akamai, Genzyme), 85 écoles et universités, investissements dans le biomédical.
- Tech City London, Royaume-Uni (Techstars, Last.fm), 140 sociétés technologiques.
- Paris-Saclay, France (EADS, Siemens), 7.700 hectares, 6 écoles d'ingénieurs.
- Silicon Wadi, Israël (Waze, Teva), 230.000 ingénieurs high-tech.
- Skolkovo Innovation Center, Russie (IBM, Rusnano), 400 hectares, partenariat avec le MIT.
- Bangalore IT Cluster, Inde (Infosys, Wipro), 400 entreprises, 50.000 chercheurs.
- Beijing, Chine (Baidu, Lenovo), 70 grandes écoles et universités.



Photo : Luxinnovation

05. 7 juin 2018 : Automotive Day, en présence du ministre de l'Économie, Étienne Schneider, à Luxembourg, sur le thème « Digitalisation of Mobility ». Il s'agit du plus gros événement dédié au secteur de l'automobile, organisé par le Luxembourg Automobile Cluster, en partenariat avec le méta-cluster Autoregion.

dans le secteur de la construction. Modèle type pour l'économie circulaire, la filière « bois » est donc une source d'activités économiques variées au Luxembourg avec un grand potentiel de développement. Par sa disponibilité et ses propriétés naturelles, ce matériau joue aussi un rôle important dans le contexte du développement durable et en tant que matériau renouvelable, dans la lutte contre le changement climatique et les objectifs fixés dans le cadre de la COP21. En regroupant tous les acteurs de la forêt et du secteur du bois, le cluster souhaite offrir à ses membres un cadre propice à la réalisation de projets et dynamiser ce secteur par l'innovation grâce à de nouveaux débouchés du matériau visant la création d'une plus-value à la fois économique et écologique, et participer ainsi à la croissance verte du Luxembourg. En date du 21 mars 2018, Journée internationale des forêts placée sous le thème « Forest and Sustainable Cities », le Luxembourg Wood Cluster a organisé la première édition de son Wood Cluster Forum. Conçu sur un mode interactif, cet événement a eu lieu dans les installations en bois de la Kulturhaus de Mersch, permettant aux acteurs de la filière bois de partager des expériences et d'échanger des idées autour de thèmes qui font l'actualité du secteur.

... ET LE LUXEMBOURG CREATIVE INDUSTRIES CLUSTER

Le dernier membre de la famille des clusters est né en 2017, afin de renforcer la visibilité et la capacité d'innovation du secteur des industries créatives au Luxembourg. Le Luxembourg Creative Industries Cluster, en pleine expansion, se concentre sur deux priorités, à savoir la promotion d'une plate-forme

en ligne lancée le 29 mai 2018, pour connecter les créatifs et leurs clients, et le soutien aux entreprises membres qui exportent leurs services au-delà des frontières luxembourgeoises. Les industries créatives emploient environ 7.000 personnes au Luxembourg et sont réparties en 12 sous-secteurs : architecture (y compris ingénierie et urbanisme), artisanat et fabrication, arts visuels, production cinématographique et audiovisuelle, design, mode, *gaming*, marketing et communication, littérature, médias numériques et édition, arts du spectacle et musique. Les projets créatifs nécessitent souvent l'implication de personnes de plusieurs disciplines différentes. « *Les chances de gagner un projet sont plus élevées si vous pouvez offrir toutes les compétences nécessaires, ce qui représente un défi pour de nombreux créateurs qui travaillent en tant qu'indépendants. Avoir un bon réseau et recevoir des recommandations personnelles est extrêmement important* », explique Marc Lis, *cluster manager*, qui a constaté que les différents sous-secteurs ont souvent peu de contacts les uns avec les autres. L'idée de créer une plate-forme web mettant en valeur les compétences, l'expertise et le travail des membres du cluster et leur facilitant la connexion et la collaboration est née de ce constat. Le site constitue un point d'entrée unique pour les industries créatives luxembourgeoises où les clients potentiels peuvent trouver les professionnels qu'ils recherchent et télécharger des projets ou des appels d'offres. Il propose également des informations sur les opportunités de financement, les questions juridiques, les événements, etc.

Parallèlement à ce lieu de rencontre virtuel, le cluster organise régulièrement des événements de networking où ses membres peuvent se rencontrer. ▶



**institut
supérieur de
l'économie**

ISEC
LUXEMBOURG

Obtenir un Bachelor ou un Master au Luxembourg, tout en travaillant ?

ISEC propose les programmes suivants aux personnes actives qui souhaitent évoluer au sein de leur entreprise et faire sanctionner leurs connaissances spécifiques par un diplôme universitaire :

**Bachelor of Arts Business
Administration (BA)**

**Master of Business
Administration (MBA)**

**Management de l'innovation
management de la qualité (M.A.)**

**Méthodes informatiques
appliquées à la gestion des
entreprises (M.A.)**

Plus d'informations sur les programmes et les délais
d'inscription sur www.isec.lu.



7, rue Alcide de Gasperi
L-1615 Luxembourg
+352 42 39 39 230
info@isec.lu
www.isec.lu

ISEC - agréé par le Ministère de
l'Enseignement supérieur et de
la Recherche - a été fondé par
la Chambre de Commerce et la
Chambre des Métiers

**INTERVIEW****FRÉDÉRIC MONCANY DE SAINT-AIGNAN**

Président du Cluster maritime français (CMF) et vice-président de l'European Network of Maritime Clusters (ENMC)

**Il faut être nombreux et soudés****Quelles sont les missions du Cluster maritime français ?**

« Le Cluster maritime français (CMF) est la voix de l'économie maritime française. Aujourd'hui, il rassemble 440 acteurs du secteur maritime au sens large et son plan d'action s'articule autour de plusieurs axes. Nous favorisons le networking, nous organisons des groupes de travail appelés 'groupes synergie' qui traitent des problématiques et dossiers déterminants, nous assurons une large communication institutionnelle, et enfin, nous influençons les décideurs politiques et économiques pour que le maritime soit une de leurs priorités.

Quelles sont les principales réalisations du CMF ?

« Nous avons su fédérer une économie maritime disparate et éclatée en métropole et en outre-mer, et nous avons suscité la création de sept clusters ultra-marins et plusieurs comités français du Cluster maritime à Singapour, Hong Kong et Shanghai. Une autre réussite a été d'avoir permis l'introduction de l'économie maritime dans les programmes scolaires. La création du premier fonds d'investissement dédié au maritime a été portée par le CMF. Par ailleurs, le Comité France Maritime, une initiative public-privé pilotée au quotidien par le secrétaire général de la Mer et par le président du CMF, doit permettre de tendre vers l'objectif fixé par le

gouvernement, à savoir doubler l'emploi maritime français à l'horizon 2030.

Pourquoi adhérer à l'European Network of Maritime Clusters (ENMC) ?

« L'Europe est la bonne échelle lorsque l'on parle de croissance bleue. Elle a tous les atouts pour être le continent leader en la matière. Pas moins de 18 clusters maritimes nationaux sont présents en Europe. Il est nécessaire qu'ils se coordonnent pour peser dans les choix stratégiques et budgétaires de l'Union européenne. L'ENMC, le réseau qui représente ces clusters européens, doit être plus présent et plus fort auprès des institutions bruxelloises. Pour cela, il faut être nombreux et soudés. »



06.

Photo: Applan

LE LUXEMBOURG SPACE CLUSTER

Le cluster luxembourgeois dédié aux technologies spatiales a été créé en 2002. Il a pour mission d'être un vecteur de développement du secteur spatial luxembourgeois et de regrouper les acteurs du secteur, qu'ils soient issus du privé ou du public.

Le Luxembourg Space Cluster poursuit deux objectifs : accroître l'exposition des compétences spatiales luxembourgeoises à l'international et favoriser la coopération nationale entre les secteurs privé et public, ainsi que la coopération à l'international à travers des projets de recherche et développement.

Plusieurs outils et actions ont été mis en œuvre pour atteindre ces objectifs. Un catalogue des compétences spatiales luxembourgeoises est mis à jour chaque année et des rencontres b2b sont organisées régulièrement entre le Luxembourg et d'autres pays européens comme l'Italie, l'Allemagne, la Suisse, la France, la Belgique, la Pologne, la Tchéquie... Le Luxembourg Space Cluster assure également une présence récurrente de ses membres sur certains salons d'importance pour le secteur, notamment le Salon du Bourget, le Toulouse Space Show, le Space Tech Expo Europe... et prend part aux missions économiques ciblées sur le secteur. Géré par le ministère de l'Économie, le Luxembourg Space Cluster compte aujourd'hui une quarantaine de sociétés membres, ainsi que le LIST et trois unités de recherche de l'Université du Luxembourg.

L'aventure spatiale luxembourgeoise a démarré en 1985 avec la création de la Société européenne des satellites (SES), aujourd'hui numéro un mondial des fournisseurs de services médias et télécommunications par satellite dans le monde. Cette initiative a permis non seulement le développement de SES, mais également le développement de toute une industrie dans cette mouvance. La deuxième étape majeure dans le positionnement du Luxembourg sur le secteur spatial a été son adhésion à l'Agence



07.

spatiale européenne (ESA). Cette adhésion, devenue effective en 2005, a conduit à la consolidation des activités de type services de télécommunications et médias, mais également à la diversification vers des activités en relation avec l'observation de la Terre, la navigation et les développements technologiques.

Aujourd'hui, le Luxembourg est le premier contributeur en relatif de l'ESA. Un investissement qui s'avère payant, avec un exemple encore tout récent du programme Galileo, une initiative qui a permis à SES de se positionner avec succès sur le GSOP (Galileo Service Operator) de la Commission européenne pour un volume 20 fois supérieur à l'investissement initial. La troisième étape est le positionnement du Luxembourg en tant que pionnier de l'exploration et de l'utilisation des ressources spatiales avec l'initiative SpaceResources.lu, annoncée en février 2016.

Aujourd'hui, afin de répondre à une croissance sectorielle importante et aux besoins inhérents à cette croissance, le Luxembourg se dote d'une agence spatiale. Cette agence a pour objectif le développement du secteur dans un but commercial, et ce dans la droite lignée de la décision prise en 1985 lors de la création de SES. L'ensemble des activités qui relèvent aujourd'hui du cluster feront partie intégrante de l'agence. Ainsi, si le Luxembourg Space Cluster devait être maintenu, sa structure et son périmètre devront évoluer.

LE CLUSTER MICE

Le Cluster MICE (Meetings, Incentives, Congresses, Events) est un organe participatif intégré au GIE Luxembourg for Tourism (LFT). Les 27 membres qu'il compte depuis sa création, en 2014, représentent une juste segmentation du secteur (centres de conférences, hôtellerie, transports, organisateurs professionnels et institutions publiques). Le cluster et ses membres ont pour objectif de fédérer et développer leur expertise en vue de renforcer, à moyen terme, le position- ▶

06. Le futur Automotive Campus, installé à Bissen sur une surface de 14 hectares, ouvrira ses portes fin 2018. À terme, quelque 6.000 personnes pourraient travailler sur le site. Goodyear et IEE seront les premières entreprises à prendre leurs quartiers dans ce complexe entièrement dédié à la recherche et au développement automobile.

07. 17 janvier 2017 : Le Nouvel An des armateurs autour d'une conférence en présence de l'explorateur polaire Arved Fuchs, organisée en partenariat avec le Commissariat aux affaires maritimes.



INTERVIEW

JAN GLAS

Président du Luxembourg Creative Industries Cluster, Luxinnovation et design management consultant

« Développer les collaborations entre créatifs et se faire connaître auprès des clients potentiels »

Quelles ambitions affiche la nouvelle plate-forme digitale creativecluster.lu ?

« La plate-forme digitale sert à fédérer les acteurs créatifs professionnels, à leur offrir plus de visibilité et faciliter leur accessibilité. L'outil est le fruit d'une demande des industries créatives en 2017 et a pour objectif de développer les collaborations entre créatifs et se faire connaître auprès des clients potentiels.

L'utilisation de la plate-forme est gratuite pour les créatifs et les clients. Actuellement, le Luxembourg Creative Industries Cluster compte plus de 300 membres, dont les deux tiers sont déjà inscrits sur la plate-forme. Les réactions sont très positives et il y a fort à parier que ce nombre va croître rapidement. Avec plus de 2.200 entreprises et indépendants du secteur, le potentiel est réel. Le secteur compte une majorité de petites et moyennes entreprises, dont 59 % fonctionnent sans salarié. Ces derniers, en particulier, pourront bénéficier d'une visibilité accrue. En marge de la plate-forme, le cluster aura également son propre magazine annuel, Dododo, dont la première édition paraîtra à la mi-septembre. Elle présentera les réalisations des acteurs du Luxembourg Creative Industries Cluster.

Quelles sont les conditions pour être référencé ?

« Il faut être actif professionnellement dans le

secteur créatif et avoir une autorisation de commerce au Luxembourg en tant qu'entreprise ou indépendant. La plate-forme ne pratique aucune sélection quant à l'offre. Libre aux clients de faire leur choix. Nous acceptons également les fédérations des créatifs et des organisations de soutien. L'objectif du cluster est de créer une communauté dynamique.

Les industries créatives luxembourgeoises misent-elles sur l'international ?

« Quand nous avons lancé le Luxembourg Creative Industries Cluster, nous avons été sollicités pour participer à des missions à l'étranger. Une mission économique en France et des échanges avec Berlin, en Allemagne, ont débouché sur diverses collaborations à l'international. Nous allons continuer d'encourager nos membres à faire rayonner leur savoir-faire dans le monde. »



Labels d'excellence des clusters

Un système d'évaluation standard pour le management des clusters, reconnu au niveau européen, a été mis en place dans le cadre de l'Initiative européenne pour l'excellence des clusters (ECEI). Ainsi, 31 indicateurs de qualité portant sur le management interne, l'activité, l'animation de l'écosystème et les résultats évaluent le niveau de performance et de gouvernance des clusters européens. La labellisation permet également d'accéder de manière privilégiée à certains appels du programme COSME, notamment les actions d'internationalisation et d'interclustering « Cluster Go International ». Fin 2017, ce label était détenu par 87 clusters européens.

Plus d'informations :
www.cluster-excellence.eu



08.

nement du Luxembourg en tant que destination pour le tourisme d'affaires et de congrès. Le plan d'action que Luxembourg for Tourism élabore en collaboration avec les membres du cluster s'inscrit dans le cadre de la stratégie nationale pour la destination MICE. Sur les deux dernières années, le secteur a connu une croissance de 4 %.

En 2016, le cluster comptait huit commissions techniques (CT) qui se sont réunies autour de plusieurs projets spécifiques, parmi lesquels : l'élaboration d'un « bid book » national dans le cadre des appels d'offres pour l'acquisition de grands congrès internationaux ; la mise en ligne d'un calendrier des événements MICE visant à optimiser la gestion des capacités ; la réalisation d'une charte de qualité régissant l'ensemble du secteur ; le développement d'un outil statistique permettant de suivre l'activité du secteur au Grand-Duché et d'analyser les potentiels de développement.

En 2016, la filière MICE a également connu une importante opération de promotion avec l'organisation de l'événement Meet Luxembourg, qui a présenté à près de 120 organisateurs de congrès internationaux les atouts du Luxembourg en tant que destination MICE. Des actions de promotion ciblées ont par ailleurs été menées à Paris, Francfort, Londres et Barcelone.

LE CLUSTER MARITIME LUXEMBOURGEOIS ASBL

Créé en 2008, le Cluster maritime luxembourgeois vient tout juste de fêter ses 10 ans. Le Luxembourg, un pays enclavé sans accès direct à la mer, n'est pas un pays maritime par tradition. Cependant, ses premiers pas dans le secteur maritime, vers la fin des années 1980, se sont avérés un succès économique remarquable. Grâce à son expertise dans le domaine financier, combinée à un environnement fiscal attrayant,

ainsi qu'à un cadre juridique et réglementaire favorable, le Grand-Duché offre de réelles opportunités aux acteurs du secteur maritime en vue de la mondialisation de leurs activités.

Les activités du Cluster maritime luxembourgeois englobent une série d'actions au service du secteur maritime national. La structure des membres reflète la réalité du secteur maritime luxembourgeois : des armateurs, des banques, des conseillers, des assureurs, des avocats et le pavillon luxembourgeois, géré par le Commissariat aux affaires maritimes. Grâce à sa composition diversifiée, le Cluster maritime luxembourgeois permet aux armateurs de bénéficier de l'expertise dans divers autres domaines, tels que les fonds d'investissement, la gestion d'actifs, la titrisation, le capital-investissement, l'assurance, la logistique, etc. Deux acteurs majeurs du dragage implantés au Luxembourg promeuvent également l'initiative : le groupe Jan De Nul et Deme. CFL Cargo et CFL Multimodal, deux entreprises ferroviaires, font également partie du Cluster maritime luxembourgeois puisqu'elles contribuent au désenclavement du Luxembourg grâce aux navettes quotidiennes qui desservent les grands ports de la mer du Nord comme Anvers, Rotterdam et Zeebruges, tous situés dans un rayon de 300 kilomètres. Avec la plateforme de Bettembourg, le Luxembourg et la Grande Région disposent d'un port sec d'envergure.

Parmi les réalisations majeures du Cluster maritime luxembourgeois, citons entre autres de nombreuses conférences de sensibilisation, la mise en place d'une plateforme efficace de networking, les gains de crédibilité et de visibilité via les activités européennes du cluster, sans oublier le renforcement de l'expertise locale, notamment grâce aux actions de formation et une croissance régulière de ses membres, qui sont actuellement un peu plus d'une soixantaine.

Aujourd'hui, le Cluster maritime luxembourgeois repense sa stratégie et se penche sur quatre piliers



09.

d'activité complémentaires : le networking, le lobbying, le partage des connaissances et le *business development*. Par ailleurs, le Cluster maritime luxembourgeois est actif depuis plusieurs années au sein de l'European Network of Maritime Clusters (ENMC), afin de renforcer ses alliances européennes et d'offrir une dimension et une visibilité internationales à ses membres.

LE CLUSTER FOR LOGISTICS LUXEMBOURG ASBL

Le Cluster for Logistics Luxembourg (C4L) fédère les organisations publiques, les entreprises issues de la logistique, les fournisseurs de services et les « shippers », comprenez les « chargeurs ». Fondé en 2009 à l'initiative du ministère de l'Économie et de plusieurs membres fondateurs, dont la Chambre de Commerce, l'objectif poursuivi est de renforcer les collaborations et les synergies entre les différents acteurs, d'identifier et de favoriser les initiatives pour le développement du secteur logistique, un des secteurs-clés de la politique de développement et de diversification économiques du gouvernement, et de positionner le Luxembourg comme hub international de la logistique. Depuis 2018, le cluster compte plusieurs startups, grâce à la mise en place d'une politique tarifaire incitative. Le cluster regroupe aujourd'hui près de 90 entreprises membres et célébrera ses 10 ans d'existence l'année prochaine autour d'un événement.

Plusieurs événements-clés sont organisés par le Cluster for Logistics Luxembourg, notamment une conférence au printemps et une autre en automne sur un thème lié à la logistique, ou encore la Journée de la logistique, un événement portes ouvertes organisé chaque année. En marge de ces conférences, les membres du cluster prennent part aux visites d'entreprises au sein du réseau de logistique et de gestion de la chaîne d'approvisionnement *Bundesvereinigung*

Logistik e. V. (BVL) et participent à l'organisation de visites d'État et missions économiques dans des pays-clés pour le secteur luxembourgeois, comme la Chine, la Pologne et le Benelux.

Lancé en 2008, le programme européen Lean & Green de réduction volontaire des émissions de CO₂ a été mis en place en 2014 au Luxembourg, en collaboration avec le Cluster for Logistics Luxembourg. Depuis, 11 entreprises luxembourgeoises ont reçu le label après s'être engagées à réduire leurs émissions de CO₂ d'au moins 20 % (ou 10 % dans le cas des compagnies aériennes) sur une durée maximale de cinq ans. Une fois l'objectif atteint à la fin du programme, les entreprises reçoivent la Lean & Green Star. En 2018, trois entreprises recevront les premières « Stars ».

Le C4L a également contribué à la mise en place de la formation en alternance en trois ans intitulée « Technicien en Logistique » destinée aux lycéens et participe régulièrement au groupe de travail dédié à cette formation. Depuis 2017, le C4L fait la promotion du Luxembourg Centre for Logistics and Supply Chain (LCL) de l'Université du Luxembourg et du Massachusetts Institute of Technology Center for Transportation & Logistics (MIT CTL). Le cluster prévoit également d'offrir des formations continues.

Depuis janvier 2018, le guichet unique pour la logistique (Single Window for Logistics, www.swl.lu) met à disposition des acteurs de la logistique des informations sur les formalités, les douanes, la TVA et les procédures réglementaires de différentes autorités. Promoteur actif de ce projet piloté par le ministère de l'Économie, le C4L soutient également des projets pilotes tels que l'« e-CMR » lancé en mars 2018. La convention CMR, ou Convention relative au contrat de transport international par route, est couverte par une convention de l'ONU. Une lettre de voiture électronique (e-CMR) contient des renseignements sur la nature des marchandises transportées, ainsi ►

08. 19 septembre 2017 : Digitalisation dans le secteur maritime autour d'une conférence organisée en partenariat avec la Fedil (animation : lunettes de réalité virtuelle).

09. Du 4 au 8 juin 2018 : La délégation luxembourgeoise au salon Posidonia 2018 sur le stand du Luxembourg, organisé par le ministère de l'Économie, la Chambre de Commerce et le Cluster maritime luxembourgeois.



Photo: Cluster for Logistics Luxembourg

que les parties concernées par l'échange. Enfin, le C4L a initié la formation d'un Conseil des chargeurs (Shippers Council Luxembourg) à Luxembourg et mis en avant les sujets et les souhaits des expéditeurs, industriels et détaillants.

LA GRANDE RÉGION ET LES MÉTA-CLUSTERS

Au sein de ce territoire transfrontalier qu'est la Grande Région, comprenant la Wallonie, le Grand-Duché de Luxembourg, la Lorraine et la Rhénanie-Palatinat, différentes instances se parlent, échangent et soutiennent l'innovation. Elles le font notamment à travers l'Université de la Grande Région, qui regroupe six universités sur son territoire. La Grande Région présente de multiples opportunités de développement en son sein et au-delà. Ainsi, des clusters sectoriels existent dans chaque zone de la Grande Région. Malgré certains obstacles d'ordre linguistique, culturel, géographique et identitaire, des approches de *clustering* et des pôles de coopération se mettent en place de manière transfrontalière.

Le groupe de travail Promotion internationale des entreprises contribue à la mise en réseau des clusters de la Grande Région. Il s'agit de favoriser la connaissance mutuelle de ces acteurs grands-régionaux et de leurs activités, d'identifier des synergies possibles et d'encourager les collaborations au sein de la Grande Région entre ces secteurs et les pôles sectoriels, et de générer des clusters transfrontaliers. Depuis 2009, des rencontres entre clusters de la Grande Région sont régulièrement organisées dans plusieurs secteurs (développement durable, automobile, y compris sous-traitance et technologies de l'information et de la communication, matériaux nouveaux, environnement et technologies de l'eau, etc.). Ces réunions d'*interclustering* ont permis de stimuler des dynamiques de partenariats et d'identifier des coopérations, des actions et des projets à mettre en œuvre conjointement. Ainsi, la thématique

de la digitalisation a été évoquée lors de l'Automotive Day du 7 juin 2018, un événement organisé par le Luxembourg Automobility Cluster en collaboration avec Goodyear et Autoregion, le méta-cluster dédié à l'automobile de la Grande Région. Plusieurs conférences ont abordé des sujets techniques, tels que l'intelligence artificielle, la connectivité et la cybersécurité, ainsi que les technologies de vision et de détection.

Un autre méta-cluster transfrontalier dans le secteur des matériaux et procédés de la Grande Région, intermatGR, renforce désormais le transfert d'innovations et de technologies dans la Grande Région entre entreprises et institutions de recherche pour accroître la compétitivité de la Grande Région. Cofinancé dans le cadre du programme de coopération transfrontalière de l'Union européenne Interreg, ce projet vise à développer, d'une part, des opportunités commerciales et des projets de recherche pour les acteurs de la Grande Région et, d'autre part, une image de marque en tant que cluster de niveau international ou « world class cluster » (WCC).

Dans le domaine des technologies environnementales, le groupe de travail Promotion internationale des entreprises s'est activement engagé dans la création du méta-cluster Greater Green. Il s'agit du premier réseau transfrontalier européen pour les technologies environnementales, et ses groupes cibles sont d'autres réseaux de Rhénanie-Palatinat, de Sarre, de Lorraine, de Luxembourg et de Wallonie. Greater Green met en réseau les acteurs des entreprises de la science et de l'administration au-delà des frontières. Avec ce projet, 12 clusters existants dans ce secteur et un total de 18 partenaires sont mis en réseau au-delà des frontières. Ainsi, 1.500 entreprises sont « connectées » et peuvent bénéficier de transfert de connaissances et des meilleures pratiques, ainsi que de l'accès aux marchés proches et de l'ouverture ►

10. 6 février 2018: Kronospan, Luxport et Webtaxi ont reçu le Lean & Green Award.

19.938 ACCIDENTS DU TRAVAIL PAR AN

La stratégie VISION ZERO fait appel à une approche commune et intégrée, dans le but de réduire le nombre et la gravité des accidents du travail, des accidents de trajet et des maladies professionnelles. Elle traduit la volonté solidaire des partenaires nationaux à redynamiser la sécurité et la santé au travail et à mobiliser toutes les parties prenantes au niveau des employeurs et des salariés.

VISION ZERO

RISQUES
ACCIDENTS
MORTS

Sécurité-Santé au travail. Tous concernés !

www.visionzero.lu
www.facebook.com/visionzerolu





Agenda

BioHealth

25-26/09/2018 -

Riken Symposia – RNA Biology

Organisation d'un événement avec Riken, le plus grand institut de recherche au Japon, le Luxembourg Institute of Health et le Luxembourg Centre for Systems Biomedicine, en vue de renforcer la coopération dans les domaines de la recherche biomédicale et de la santé.

11-12/01/2019 -

International PD Symposium

Participation au 4^e International Parkinson Diseases Symposium à la Maison du savoir à Belval.

Creative Industries

05/07/2018 -

Creative Thirst Days

Chaque 1^{er} jeudi du mois, organisation de rencontres pour échanger, débattre et découvrir les mille et une facettes des industries créatives.

12/07/2018 -

« Building our cluster together »

Meeting et workshop avec les fédérations du secteur des industries créatives, afin de créer un advisory group réunissant des représentants des fédérations.

EcolInnovation

20/09/2018 – Workshop

« Éco-quartier Esch-Schiffange »

En collaboration avec Agora, premier atelier de préparation pour la mise en œuvre du projet de réutilisation d'un ancien site sidérurgique de 54 ha de l'Arbed.

27/09/2018 –

Workshop « Plastique Grande Région »

Atelier de travail dans le cadre d'un programme de réflexion autour de la gestion et du recyclage des déchets plastique, en collaboration avec le méta-cluster de la Grande Région Greater Green.

ICT

10/10/2018 – Fintech Conference

Participation à la 4^e conférence dédiée aux fintech organisée dans les locaux de la Banque internationale à Luxembourg.

13-14/11/2018 -

Luxembourg Internet Days

Participation au plus important rendez-vous de l'automne pour les professionnels de l'industrie ICT.

Materials & Manufacturing

25/10/2018 -

Séminaire Platinum 3D

Participation à Charleville-Mézières au séminaire Platinum 3D, la plate-forme technologique et scientifique dédiée à la fabrication additive.

Wood

29/06-01/07/2018 -

Foire agricole d'Ettelbruck

Le Wood Cluster présente un stand de 70 m² de promotion de la filière bois et organise une visite (samedi) de deux bâtiments en bois exceptionnels (le nouveau siège de l'Administration de la nature et des forêts à Diekirch et le Lycée des professions de soins actuellement en construction à Ettelbruck).

18-20/10/2018 -

Home & Living

Accompagnement de la délégation luxembourgeoise participant au Championnat d'Europe des charpentiers.

Maritime

09/2018 – Séminaire « Transport maritime et décarbonisation »

Un transport maritime décarbonisé à l'horizon 2050 : quelles stratégies innovantes sont mises en place par le secteur ?

MICE

12-14/09/2018 -

Meet Luxembourg 2018

Événement international invitant à découvrir les atouts du Grand-Duché pour l'accueil de congrès, salons et événements professionnels.

13/09/2018 – Salon b2b pour les professionnels de l'événement

Organisé à Luxexpo The Box.

Plus d'informations :

www.meetluxembourg.lu

vers de nouveaux marchés à l'international. Greater Green est financé par le programme Interreg V A Grande Région et cette coopération transfrontalière dans le domaine des technologies environnementales est unique en Europe.

UN SOUTIEN EUROPÉEN AUX CLUSTERS INTERNATIONAUX

COSME (*programme for the competitiveness of enterprises and SMEs*) est le programme pluriannuel européen pour la compétitivité des entreprises et des PME. Il est doté d'un budget de 2,3 milliards d'euros pour la période 2014-2020. Il s'appuie sur le succès de l'ancien programme pour la compétitivité et l'innovation (CIP) et intervient sur quatre grands volets : l'accès au financement, l'accès aux marchés, l'amélioration des conditions-cadres pour les PME et la promotion de l'entrepreneuriat. La majorité des actions financées est destinée à l'ensemble des entreprises, mais certaines sont dédiées aux clusters. Leur mise en œuvre s'effectue via des appels d'offres. Dans le cadre de COSME, le programme de développement pour la coopération européenne entre clusters « Cluster Go International » favorise les collaborations entre clusters pour développer des stratégies internationales conjointes basées notamment sur les stratégies de spécialisation intelligentes et favoriser ainsi l'internationalisation des PME sur des secteurs émergents. L'action « Cluster Go International » concerne le financement d'actions préparatoires en vue de la création de nouveaux partenariats stratégiques européens de clusters (ESCP) : développement et mise en œuvre d'une stratégie commune pour s'internationaliser (soutien à l'identification de clusters partenaires, développement d'une représentation légale, préparation d'une stratégie marketing commune et d'une feuille de route pour la coopération).

L'action « Cluster Go International + » vise, quant à elle, le soutien au développement à l'international de partenariats de clusters déjà établis : analyses sur mesure, missions d'enquête, assistance pour ouvrir un bureau de représentation commune à l'étranger et missions de *matchmaking* pour les PME.

Enfin, un soutien à la coopération européenne inter-clusters est apporté avec la plate-forme européenne de collaboration des clusters (ECCP) : www.clustercollaboration.eu.

DU SUCCÈS DES CLUSTERS DANS LE MONDE AUX RELATIONS D'INTERCLUSTERING

La compétitivité d'un pays dans le monde moderne repose de plus en plus sur des réseaux d'innovation efficaces. Les clusters permettent aux entreprises de construire des avantages concurrentiels sur les plans commercial et stratégique en intensifiant leurs liens avec d'autres entreprises d'un même secteur, mais également sur les aspects technologiques, financiers, ceux du capital humain, des infrastructures, de l'envi-

Photo: Ministère de l'Économie



11. 19-25 juin 2017: Le Luxembourg Space Cluster était aux côtés de plusieurs de ses membres et a représenté ceux qui n'étaient pas présents sur le stand luxembourgeois organisé par le ministère de l'Économie au Salon du Bourget, un incontournable pour les acteurs du spatial qui souhaitent se positionner au niveau international.

ronnement légal... Le succès du concept est énorme ! Des milliers de clusters parsèment le monde dans tous les domaines et le soutien aux clusters correspond aujourd'hui à une des modalités principales de l'action publique dans le domaine du développement économique. La France parle de « pôles de compétitivité », l'Allemagne de « Kompetenznetze », l'Italie de « districts industriels », le Canada de « grappes » ou de « créneaux »... Mais derrière ces différentes appellations, il s'agit bien pour tous ces pays de construire des avantages concurrentiels en stimulant le développement d'un ensemble d'entreprises liées à un domaine et à un territoire donnés.

Selon les cas, l'émergence de ces réseaux a été spontanée ou bien stimulée par des circonstances extérieures, les pouvoirs publics en particulier. S'il n'est plus question de mettre en cause l'impact des clusters sur le développement économique, il reste à en mesurer précisément l'étendue (productivité des entreprises, performance économique, croissance, innovation...). De nombreuses études sont parues à ce sujet, mais les conclusions ne sont pas toujours les mêmes. En effet, les critères d'évaluation, mais également la période considérée et le temps laissé aux clusters pour obtenir des résultats sont autant de facteurs qui influent sur les conclusions des évaluations.

Les territoires se spécialisent afin de capter le plus de valeur possible d'une « chaîne » qui se comprend dorénavant à l'échelle mondiale.

Les « clusters biotech » ou « TIC » prolifèrent avec la volonté affirmée de se positionner dans la course à la croissance, et de plus en plus de projets autour de la transition écologique voient le jour. On assiste ainsi à l'émergence d'un « marché mondial » des clusters qui représentent des entreprises qui se concurrencent

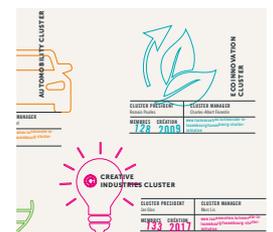
entre elles, mais qui peuvent également tirer profit d'une mise en relation et de coopérations à une échelle plus large que sur leur territoire géographique immédiat. Le concept de « coopétition », un néologisme né des mots « compétition » et « coopération », correspondant à un concept popularisé en 1996 par Barry J. Nalebuff et Adam J. Brandenburger, peut être appliqué à ces clusters s'installant dans le contexte mondial sur des thématiques proches.

Il peut être défini comme la situation dans laquelle une entreprise établit et renforce sa compétitivité et ses avantages concurrentiels en développant des alliances stratégiques, des réseaux ou des stratégies collectives avec des concurrents, afin d'accéder à des ressources rares et/ou complémentaires.

Les relations d'*interclustering*, résultant du principe de mise en réseau entre les clusters, tendent à se développer, encouragées notamment par les politiques publiques et l'Union européenne. L'avenir semble donc passer par l'*interclustering* en termes d'accès à des ressources et compétences complémentaires, permettant d'éviter le *lock-in*. À l'instar des relations intra-clusters, les relations inter-clusters nécessitent une confiance longue à établir, un consensus sur les objectifs, ainsi qu'une proximité cognitive, culturelle et institutionnelle.

Les gouvernements nationaux, les collectivités locales et autres acteurs (universités, centres de recherche, entreprises privées) doivent donc poursuivre leurs efforts pour assurer leur insertion dans ce maillage de confiance et devenir de vrais partenaires économiques dans les projets des clusters, tant au niveau national qu'au niveau international.

Confiance et collaboration sont donc les mots-clés à retenir. ●



Le paysage des clusters luxembourgeois

Combien de clusters compte le Luxembourg ? Quels sont les secteurs représentés par ces clusters ? Qui les dirige et combien de membres fédèrent-ils ? La réponse à ces questions sur le poster infographique encarté en fin de magazine.

ENQUÊTE IMD 2018

AU CONCOURS DE LA COMPÉTITIVITÉ, LE LUXEMBOURG PERD DES POINTS

L'édition 2018 du *World Competitiveness Yearbook* témoigne d'une intensification de la concurrence entre les économies sur le plan de la compétitivité. Malgré les efforts qu'il a déployés, le Luxembourg, 8^e l'an dernier, quitte le top 10 pour se situer à la 11^e place sur 63 pays.

Texte : Jean-Baptiste Nivet, Affaires économiques, Chambre de Commerce
Photo : erasmusu.com

La compétitivité et l'attractivité internationales sont devenues au fil du temps un axe majeur des politiques des pays. Les classements internationaux de compétitivité sont aujourd'hui scrutés à la loupe, aussi bien par les élus que par les dirigeants d'entreprise. Deux études font référence dans ce domaine : le *Global Competitiveness Report* du World Economic Forum et le *World Competitiveness Yearbook* (WCY) de l'International Institute for Management Development (IMD). La Chambre de Commerce est le partenaire institutionnel de ces deux études pour le Luxembourg. L'édition 2018 du WCY de l'IMD a été publiée au printemps.

Cette étude analyse la compétitivité de 63 pays sur quatre grands piliers (performances économiques, efficacité des pouvoirs publics, environnement des affaires et infrastructures), à partir de 260 indi-

cateurs, principalement statistiques (*hard data*), complétés d'une enquête qualitative menée auprès de décideurs économiques et de dirigeants d'entreprise (*soft data*). Il en ressort que les États-Unis redeviennent le pays le plus compétitif de la planète après avoir perdu cette suprématie en 2017. Il convient de préciser que les données de ce classement datent d'avant les annonces américaines sur les tarifs douaniers et l'Iran. Les États-Unis sont rejoints sur le podium par Hong Kong et Singapour, deux « petits États » particulièrement compétitifs. La Norvège (8^e) et le Canada (10^e) font leur entrée dans le top 10, au détriment de l'Irlande (12^e) et du Luxembourg (11^e). La Chine (13^e) continue son ascension, gagnant 5 places cette année et 12 sur les deux dernières années. Les pays européens sont globalement en recul dans le classement. Néanmoins, ils

sont encore cinq dans le top 10 : les Pays-Bas, qui passent de la 5^e place à la 4^e ; la Suisse, qui descend de son podium pour passer à la 5^e place, ainsi que trois pays nordiques (Danemark, Norvège et Suède). En ce qui concerne les pays voisins du Luxembourg, l'Allemagne recule à nouveau en passant de la 13^e à la 15^e place (6^e en 2014), tandis que la Belgique et la France sont toujours en dehors du top 20, avec respectivement une 26^e et une 28^e place (23^e et 31^e en 2017).

UNE CROISSANCE EN MANQUE DE QUALITÉ

La progression de 2017, du 11^e rang au 8^e, n'aura été qu'éphémère pour le Luxembourg. La relative bonne performance luxembourgeoise de 2018 est pour partie due à la dynamique économique des dernières années. Toutefois, cette croissance apparaît essentiellement quantitative car portée par la hausse du nombre de travailleurs et d'habitants, alors que la productivité piétine. Le PIB par habitant, avec toutes les limites connues de cet indicateur, a même légèrement reculé l'an passé. Le Luxembourg a entamé la mise en place des éléments nécessaires à une transition vers une croissance plus qualitative. Il y a cependant lieu de s'interroger sur le rythme adopté à l'heure où d'autres économies de par le monde font preuve d'un très fort dynamisme.

La compétition entre les nations ne cesse en effet de s'intensifier, alors que l'innovation – technologique mais pas seulement –, l'aptitude à produire et attirer les talents et la compétitivité-coût sont au cœur de la capacité des économies à renforcer leur compétitivité et, *in fine*, le bien-être et la cohésion sociale. Le classement de l'IMD pointe les faiblesses du Luxembourg quant à sa capacité à attirer les talents, l'attractivité de son environnement fiscal, la digitalisation de son économie et l'évolution de sa productivité.

L'INTERNATIONALISATION, ATOUT N°1 D'UNE ÉCONOMIE PERFORMANTE

Le Luxembourg est une économie performante, comme le prouve sa 4^e place sur ce pilier. Il est très bien positionné sur les sous-piliers « Commerce international » (4^e) et « Investissements internationaux » (2^e). L'ouverture économique du pays constitue ainsi

Pays les plus performants

Source : The 2018 IMD World Competitiveness Ranking

Place globale	Pays	Performance économique	Efficacité des pouvoirs publics	Environnement des affaires	Infrastructures
1	États-Unis	1	26	12	1
2	Hong Kong SAR	9	1	1	23
3	Singapour	7	3	11	8
4	Pays-Bas	6	8	6	9
5	Suisse	25	2	9	2
6	Danemark	26	6	3	3
7	Émirats arabes unis	3	4	2	36
8	Norvège	40	5	5	4
9	Suède	24	11	4	5
10	Canada	13	9	7	7
11	Luxembourg	4	17	8	24
12	Irlande	11	13	10	21
13	Chine	2	46	15	19
14	Qatar	5	10	13	38
15	Allemagne	12	19	19	11

L'évolution du classement du Luxembourg sur 10 ans

Source : The IMD World Competitiveness Ranking



l'un des principaux atouts d'une économie très compétitive dans l'échange de services commerciaux et de capitaux. Le Luxembourg conserve le plus fort PIB par habitant, mais a tendance à voir son avance se réduire par rapport à d'autres économies. En effet, la croissance économique mesurée par le STATEC pour 2017 (2,3 %) n'est que la 40^e du classement de l'IMD, alors que la décroissance du PIB par habitant place le Luxembourg au 58^e rang sur cet autre indicateur. La « Diversification de l'économie », indicateur répertorié par l'IMD et qui se trouve au cœur de la stratégie économique du Luxembourg, s'améliore légèrement dans son résultat, mais régresse d'une place (35^e rang). Il est à noter un progrès certain sur l'indicateur de perception « Résilience de l'économie », le Luxembourg atteignant la 7^e position du classement.

Au niveau des « Prix », il est observé un retour progressif de l'inflation suite à des années singulières marquées par une inflation atone. Les prix à la consommation ont augmenté de 2,06 % en 2017 contre 0,11 % en 2016. Les coûts élevés des loyers, d'appartements (52^e) et de bureaux (44^e) continuent à entraver la compétitivité. Le Luxembourg

progressive sur le sous-pilier « Emploi », 15^e en 2018, après avoir été 21^e en 2016, en cohérence avec la baisse du chômage. Les principaux bénéficiaires sont les jeunes, avec une baisse de leur taux de chômage de 19 % à 15,3 % et un gain de cinq positions sur cet indicateur (39^e). En revanche, le taux de chômage de longue durée augmente de 1,9 % à 2,2 % (34^e place). Un chômage conjoncturel en diminution se voit remplacé par un chômage structurel en hausse.

DES POUVOIRS PUBLICS PLUS PRO-BUSINESS, MAIS ATTENTION À LA FISCALITÉ

Le pilier « Efficacité des pouvoirs publics », en perte de deux places, est marqué par un cadre considéré comme plus pro-business, mais qui demeure freiné par la fiscalité. Ainsi, le « Cadre institutionnel » (8^e) et la « Législation des affaires » sont des atouts de l'économie luxembourgeoise selon les entrepreneurs interrogés, mais la fiscalité des entreprises se pose, elle, en faiblesse de la compétitivité du Luxembourg avec une 44^e position sur ce sous-pilier. Le « Taux de l'impôt sur le revenu des sociétés » n'est encore que 46^e

sur 63, malgré une remontée de trois places. Sa baisse progressive, prévue dans la réforme fiscale, ne semble pas suffisante dans un environnement international de plus en plus concurrentiel. Par ailleurs, les entrepreneurs interrogés par l'IMD ont le sentiment que les finances publiques sont bien gérées (5^e place). Des incertitudes subsistent quant au niveau élevé des dépenses publiques, qui est passé de 41,2 % à 42,9 % du PIB (47^e), et concernant la pérennité du système de pensions, perçu en 2018 comme moins bien adapté pour l'avenir qu'il ne l'était en 2016 (14^e).

QUELQUES MINUTES DE RETARD À L'HEURE DU DIGITAL

Le Luxembourg a reculé de deux places sur le pilier « Environnement des affaires », mais reste à une belle 8^e position. Il n'a pourtant régressé que sur un seul sous-pilier, mais celui-ci est particulièrement important. Il s'agit de la « Productivité et efficience ». La productivité globale est toujours remarquable, avec une 4^e place dans le classement. Par contre, la croissance de la productivité, certes déjà à un niveau élevé, est à l'arrêt, avec une 51^e position en croissance réelle. Elle a besoin de « carburant ». À l'heure actuelle, celui-ci se nomme notamment innovation, digitalisation ou encore révolution 4.0. Or, le Luxembourg pâtit d'un retard en matière d'implantation des dernières innovations. Il descend ainsi jusqu'à la 27^e place (18^e en 2017) sur l'indicateur « Utilisation des outils digitaux et technologies ».

La situation du « Marché du travail » s'améliore, le Luxembourg grimpe de la 19^e à la 15^e position sur ce sous-pilier, avec une belle 2^e place quant à la croissance de la force de travail. Les coûts salariaux unitaires, à savoir le coût salarial associé à la production d'un euro de valeur ajoutée en termes réels (après prise en compte de l'inflation), ont augmenté relativement fortement, plaçant le Luxembourg au 41^e rang sur l'indicateur « Évolution des coûts de main-d'œuvre unitaires pour l'ensemble de l'économie » (5^e en 2017). Dans le même temps, le Luxembourg recule sur l'indicateur de perception « Transformation digitale dans les entreprises », à la 28^e place. Son économie est donc menacée de retard dans ce domaine, alors que le besoin de changement ne cesse de s'accélérer dans un ►



Le recul du Luxembourg sur les facteurs de compétitivité technologique – c'est-à-dire le fait de se faire dépasser par d'autres pays – interroge.





Les Pays-Bas sont en tête des pays européens dans le classement de l'IMD, bien qu'ils n'apparaissent dans aucun top 5 des quatre piliers principaux.

monde économique en perpétuelle innovation. Le sous-pilier « Finance » est un des points forts du Luxembourg, qui conserve sa 3^e place sur le podium (derrière Hong Kong et la Suisse) et une position de leader pour la « Part des actifs du secteur bancaire par rapport au PIB ». Les entreprises interrogées considèrent cependant que l'accès au financement pour les entreprises s'est durci, avec une détérioration de l'accès au crédit, 29^e contre 22^e en 2017, et au capital-risque, 27^e contre 23^e en 2017.

DES INFRASTRUCTURES INSUFFISANTES POUR LA COMPÉTITIVITÉ TECHNOLOGIQUE

Le pilier « Infrastructure » se révèle chaque année celui sur lequel le Luxembourg se montre le moins compétitif. C'est encore le cas en 2018, avec un 24^e rang dû à un recul de deux places. La position du Luxembourg se détériore aussi en ce qui concerne les « Infrastructures technologiques » selon les entrepreneurs interrogés. En effet, ce sous-pilier repose en grande partie sur des indicateurs de perception. Les difficultés de recrutement de compétences en digital (35^e) et en ingénieurs qualifiés (47^e) tendent à s'aggraver. La formation en science demeure un important axe de progrès pour le Luxembourg, d'autant

plus que la stratégie nationale de développement économique est basée sur l'innovation et la recherche. La « Qualité des partenariats public-privé » (15^e) et les « Coopérations technologiques » (23^e) se dégradent également. Même s'il faut prendre en compte le caractère quelque peu subjectif d'indicateurs reposant sur la seule perception des entreprises, le recul du Luxembourg sur tous ces facteurs de compétitivité technologique, c'est-à-dire le fait de se faire dépasser par d'autres pays, interroge. Point positif, le Luxembourg grimpe sur la première marche du podium pour le nombre de « Brevets déposés par habitant » (2^e en 2017). Le pays recule de deux places pour le « Total des dépenses de R&D par habitant », mais se maintient dans le top 10 (8^e). Au niveau environnemental, si la part des énergies renouvelables augmente, cela per-

met au Luxembourg de gagner seulement une place, 47^e sur cet indicateur. Preuve que la transition écologique en est à ses prémices, le Luxembourg n'est que 59^e sur 63 pour l'« Empreinte écologique par habitant ».

Ainsi, de nombreux axes d'amélioration pour la compétitivité de l'économie luxembourgeoise ressortent de ce classement. Ils concernent plus particulièrement l'innovation, dont le digital fait partie intégrante, la formation d'une main-d'œuvre adaptée, l'attractivité du pays pour les talents, l'offre de logements, la transition vers un modèle de croissance plus durable et la compétitivité-coût, que ce soit pour la fiscalité ou le coût de la main-d'œuvre. Dans tous ces domaines, le besoin d'accélération se fait sentir, à l'heure où d'autres semblent aller plus vite que le Luxembourg. ●

“

L'innovation – technologique mais pas seulement –, l'aptitude à produire et attirer les talents et la compétitivité-coût sont au cœur de la capacité des économies à renforcer leur compétitivité.

”

**VISION
ZERO** RISQUES
ACCIDENTS
MORTS

CINDY_ VICTIME D'UN ACCIDENT DE TRAJET

« UN ACCIDENT DE TRAJET A BOULEVERSÉ MA VIE »

Engagez-vous dans la VISION ZERO afin d'éviter tout accident du travail, tout accident de trajet et toute maladie professionnelle. Que vous soyez patron ou employé d'une petite, moyenne ou grande entreprise. Peu importe votre métier et votre fonction dans l'entreprise. Agissons ensemble pour promouvoir une culture de prévention en matière de sécurité et de santé au travail.

Sécurité-Santé au travail. Tous concernés !

Les initiateurs de la VISION ZERO :

www.visionzero.lu



[visionzerolu](#)

AAA.lu
ASSOCIATION
D'ASSURANCE ACCIDENT

**U
E
L**
UNION DES ENTREPRISES
LUXEMBOURGEOISES

iNDR
INSTITUT NATIONAL POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE
ET LA RESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES

ICT SPRING 2018

DISCUSSING INNOVATION

One particular event caught ICT experts' and entrepreneurs' attention in May: ICT Spring. 5,000 experts from 70 countries came to share future-oriented thoughts about the newest developments in digital, fintech and space.

Text: Lynn Zoenen, Economic Affairs, Chamber of Commerce
Photos: Emmanuel Claude / Focalize

Discussing buzzwords? Not really. Buzzword is by definition not the right description for digitalisation. A buzzword is an item of jargon that is fashionable at a particular time. But there is no end in sight for this particular “trend”. ICT currently represents 10% of the overall production of the Luxembourg economy, 7% of added value and 4% of total employment, and over the next years, there will be uncountable business opportunities for small, medium and large companies.

These opportunities will have to be identified and that stage sometimes needs a hand. According to a survey of more than 1,500 businesses published by the research and advisory firm Forrester, technological change does dominate business thinking with 40% mentioning digital transformation as having the greatest effect on company decisions over the following 12 months. Yet many fail to realise that transformation will be a permanent state of being.

Unlike digitalisation critics' common belief that the emergence of fintech marks the end of the banking era, banks can manage to preserve their proactive character in the future. They can remain shapers if they are open for innovation and new ways of thinking business.

MAKING FINTECH HAPPEN

Just because banks may become less visible to the consumer that does not mean that they cease to exist. Strategic partnerships can result in more resilient financial infrastructure.

A tight collaboration between finance and technology, thus between the established protagonists in the financial sector and technology leaders, can significantly enhance the latter's efficiency through economies of scale, time saving and cost efficiencies. Fintech bears thus tremendous opportunities for both asset and investment fund managers. We just have to seize them.

INVESTING IN SPACE = INVESTING IN THE FUTURE

One of the opportunities we have seized that sparked interest all over the world is space mining, which is part of the third core topic of ICT Spring 2018. Space! Luxembourg's love story with space goes back as far as 1985 when Luxembourg founded its first satellite company, SES, which has become today's worldwide leading company in satellite and ground communications solutions. A further milestone was reached last year with the creation of a legal framework addressing future ownership of minerals extracted from objects in space. By doing so, Luxembourg provides a unique legal and business environment allowing private space mining investors to explore and use space resources. Instead of waiting for international rules to be developed, Luxembourg has once again shown that it is open for business.

So far, this strategy has proved successful: more and more promising and future-oriented companies establish their European headquarters in the Grand Duchy. While critics may find fault with Luxembourg not having its own launching site and no national space agency yet, and one should emphasise YET because it's in the making, Luxembourg is a neutral playground for foreign capital, a champion in private-public partnerships, low bureaucracy, and it has the much needed expertise for raising capital and developing cross-border business.

THE ART OF ANTICIPATING

The latest evolutions in space are the most recent illustrations of Luxembourg's core strength and main ingredient of economic success: anticipation.

One should also recall that Luxembourg was the first European country to have launched the Third Industrial Revolution with the American economist Jeremy Rifkin – a project aiming at defining a new economic model for our country in which new communication technologies, energy source and transportation modes converge



The Chamber of Commerce has been able to present its specialised services to a large international audience at its "Group Chamber of Commerce" booth.



Over 220 companies with 270 participants coming from 25 countries participated in the b2fair matchmaking event.

on a smart Internet of Things platform. While this first piece of work mainly challenged the economic aspects of the Third Industrial Revolution, there was an ever emerging need to address technological trends and their impact on strategic business decisions because these have a direct impact on the way we work and the qualifications required by the labour market. That is why the Luxembourg Chamber of Commerce in collaboration with the Ministry of Labour and the Chamber of Employees published the study “*Work 4.0 – challenges and opportunities for Luxembourg*” in May.

OPEN DIALOGUE

Besides anticipation, open dialogue is another quality for economic success. Let’s recall that Luxembourg is really a prime example of how public-private partnership translates into successful and lasting projects and economic activities.

Innovative projects, research and development activities and entrepreneurial spirit in general terms are strongly backed by the Luxembourg government and its institutional partners.

Space, logistics, automotive components, biotech, circular economy and fintech – to mention but a few – are sectors that benefit

“
Transformation
will be a permanent
state of being.
”

from generous support from the key governmental and institutional stakeholders in Luxembourg.

ON OUR WAY TO BECOME A STARTUP AND SMART NATION?

What does it take to become a startup, SME and smart nation? According to Fondation IDEA, an important step is to recognise that “small is beautiful” is actually not true. Bearing in mind that “young is beautiful” is much more important.

A number of studies have shown that Schumpeter’s creative destruction is not triggered by SMEs but rather by young, yet fast-growing companies. So in order to host more fast-growing startups, the following three areas should be taken into consideration: finance, to start with – why don’t we introduce innovation checks aligned with Luxembourg’s priority sectors to partly cover young companies’ innovation

expenses? Secondly, we might think about introducing a preferential tax treatment for startups. Eventually, we may also consider a progressive alignment of labour law and social security schemes which could potentially increase interest in entrepreneurship.

As for the ambition of becoming a smart nation, a part of the country’s “smart success” depends on the future of the Digital Single Market. The benefits of a fully functional Digital Single Market would bring many benefits to Luxembourg and other European businesses, but also consumers. In total, these would amount to 415 billion euros a year and 223,000 new jobs by 2020, according to the European Commission.

Eventually, long-term economic success is built on the combination of progress in these areas and our country’s existing strengths. This was made clear through the numerous panels, speeches and talks at this year’s edition of ICT Spring.

ICT SPRING 2018 – RETROSPECT AND PREVIEW

The Chamber of Commerce enjoyed ICT Spring 2018. Not only has it spread its ideas in a round table about digitalisation and its capacity of enabling societal progress – it has also been able to present its specialised services to a large international audience at its “Group Chamber of Commerce” booth.

Eventually, the Chamber of Commerce can look back at a 3rd edition of its successful b2fair matchmaking event at ICT Spring, with a whopping 972 meetings recorded, the number of meetings having doubled since the last edition. Over 220 companies with 270 participants coming from 25 countries participated in its international business exchange platform. Next year’s edition that marks ICT Spring’s 10th anniversary is in the making. On 14 and 15 May 2019, the doors will reopen to talk about artificial intelligence, fintech and investment funds as well as space and sectors with a strategic interest in space. ●

17. DEUTSCH-LUXEMBURGISCHE WIRTSCHAFTSKONFERENZ

FACHKRÄFTESICHERUNG IST ZUKUNFTSSICHERUNG

Die 17. Ausgabe der Deutsch-Luxemburgischen Wirtschaftskonferenz stand im Zeichen des aktuellen Fachkräftemangels und dessen hemmender Auswirkung auf das Wachstum beider Volkswirtschaften. Die Konferenz bot ebenfalls eine perfekte Bühne, um den Einfluss der Digitalisierung auf die Arbeitswelt sowie Maßnahmen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels in den Vordergrund zu stellen.

Text: Max Rosen (Praktikant), Affaires économiques, Chambre de Commerce
Fotos: Laurent Antonelli/Agence Blitz

Die 17. Ausgabe der Deutsch-Luxemburgischen Wirtschaftskonferenz, welche seit rund 10 Jahren zu einer regelrechten Institution der bilateralen Beziehungen beider Länder avanciert ist, fand am 4. Juni 2018 zum wiederholten Male in den Räumlichkeiten der Handelskammer des Großherzogtums statt. Auch diesmal war die Konferenz, zu der traditionsgemäß die Handelskammer Luxemburg sowie die Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Luxemburg einladen, ein Sinnbild der Zusammenarbeit und des Dialoges zwischen politischen und wirtschaftlichen Entscheidungsträgern beider Länder.

Unter dem Titel „Fachkräfte(mangel): Motor (und Bremse) einer wissensbasierten Gesellschaft“ waren Premierminister Xavier Bettel und der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Armin Laschet als Hauptredner geladen. Darüber hinaus stand auch eine Podiumsdiskussion wirtschaftlicher Vertreter beider Länder auf der Tagesordnung,

um den zahlreichen Konferenzteilnehmern ihre Erfahrungen zu schildern.

Eröffnet wurde die Konferenz vom deutschen Botschafter Dr. Heinrich Kreft sowie Carlo Thelen, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer Luxemburg. Bei dieser Gelegenheit betonten beide die großen Chancen welche sich aus möglichen Synergien beider Regionen im Kampf gegen den Fachkräftemangel ergeben können.

In der Tat steht in beiden Ländern momentan die Suche nach Lösungen für den Fachkräftemangel ganz oben auf der Prioritätenliste. So fehlen laut einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW Köln) in Deutschland aktuell etwa 440.000 Fachkräfte, davon alleine mehr als 300.000 im MINT-Bereich (in den Bereichen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik), ein Engpass ohne welchen laut Experten das jährliche deutsche Wirtschaftswachstum um 0,9 Prozentpunkte höher aus-

fallen könnte. Darauf dass in Luxemburg die Suche nach qualifizierten Arbeitskräften auch zunehmend zur Herausforderung wird, deutet die jährliche Umfrage, Eurochambres des Dachverbandes der europäischen Industrie- und Handelskammern hin: Demnach gaben 55% der teilnehmenden luxemburgischen Unternehmen den qualifizierten Fachkräftemangel als größte Herausforderung überhaupt an, und nicht etwa eine mangelnde Nachfrage oder zu hohe Lohnkosten. Dies scheint vor allem der Fall im IKT-Sektor zu sein: so sprach Arbeitsminister Nicolas Schmit im März dieses Jahres noch von 2.000 Arbeitsplätze im IKT-Sektor, die im Jahr 2017 nicht besetzt werden konnten obwohl sie dem Arbeitsamt bekannt waren. „Wir gehen davon aus, dass in ganz Luxemburg zwischen 5.000 und 6.000 Arbeitsplätze aus Mangel an Fachkräften nicht besetzt sind“, so damals der Minister im Rahmen der Präsentation einer Studie der Fedil sowie der ABBL über den IKT-Sektor.

Dabei sind die Gründe für den Fachkräftemangel vielfältig. So führte der deutsche Botschafter das Argument des starken Wachstums beider Volkswirtschaften an, aber unterstrich zugleich auch den demografischen Wandel, seinerseits geprägt von immer mehr Arbeitnehmern der Baby-Boomer Generation welche sich dem Renteneintritt nähern und so Lücken auf dem Arbeitsmarkt hinterlassen. Angesichts der rasch voranschreitenden Digitalisierung, sowie den miteinhergehenden neuen Anforderungen an Arbeitnehmer, bleiben allerdings auch bei Aus- und Weiterbildung noch Anstrengungen zu leisten. „Talente welche lokal ausgebildet werden müssen nicht aus dem Ausland angeworben werden, und Luxemburg hat hier noch Nachholbedarf“, räumte unter anderem Carlo Thelen ein.

Dabei scheint die Antwort auf das Fachkräfteproblem genau so vielseitig zu sein wie



(sitzend) Armin Laschet, Ministerpräsident von Nordrhein-Westfalen, (stehend von l. nach r.) Carlo Thelen, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer Luxemburg; Xavier Bettel, Premier- und Staatsminister, Minister für Medien und Kommunikation, Kulturminister des Großherzogtums Luxemburg; S.E. Dr. Heinrich Kreft, Botschafter der Bundesrepublik Deutschland in Luxemburg.



An der Podiumsdiskussion nahmen Wirtschaftsvertreter aus Deutschland und Luxemburg teil.

“
Für eine Arbeitswelt 4.0 brauchen wir eine Schule 4.0, und hier bedarf es der konstruktiven Zusammenarbeit einer ganzen Reihe von Ministerien.
”

das Problem selbst. „Die Antwort sollte bestenfalls dreigleisig sein: Förderung von Aus- und Weiterbildung, das Anziehen von Talenten aber auch höhere Produktivitätszuwächse. Und gerade die Digitalisierung kann hier der Antrieb dieser notwendigen Produktivitätszuwächse sein“, so Carlo Thelen.

Bei Regierungschef Xavier Bettel stand derweil die Digitalisierung im Mittelpunkt seiner Rede, wo er sich mit einem energiegelassen Plädoyer zum einen für eine klare europäische Strategie im digitalen Bereich stark machte, aber zum anderen auch für einen ministerienübergreifenden Ansatz plädierte um die Herausforderungen der Digitalisierung auf nationaler Ebene besser zu meistern. „Für eine Arbeitswelt 4.0 brauchen wir eine Schule 4.0, und hier bedarf es der konstruktiven Zusammenarbeit einer ganzen Reihe von Ministerien“, so Bettel, der trotzdem die Notwendigkeit qualifizierter Zuwanderung unterstrich. Deswegen bedauerte Bettel auch die suboptimalen Umstände der in Luxemburg arbeitenden deutschen Grenzgänger, indem er unter anderem dem

deutsch-luxemburgischen Zugverkehr den unrühmlichen Status des „Bermudadreiecks des Schnelltransports“ attestierte.

Der nordrhein-westfälische CDU-Ministerpräsident Armin Laschet, ein Fürsprecher offener europäischer Grenzen sowie regelmäßiger Befürworter eines „Fachkräftezuwanderungsgesetzes“, teilte und begrüßte Bettels Einschätzung bezüglich der Unverzichtbarkeit qualifizierter Zuwanderung. „Wenn man in Bayern tatsächlich die Grenzen dicht machen will, bitteschön, aber das will hier in Westdeutschland niemand“, so Laschet. Trotzdem unterstrich der CDU-Politiker die vielen Aufgaben die auch im Inland auf der Agenda stünden. So machte er sich unter anderem für kürzere und flexiblere Arbeitszeiten für ältere Arbeitnehmer stark. Gleichzeitig betonte er aber auch die Wichtigkeit einer technisch praxisorientierteren Ausbildung der Schüler und Auszubildenden sowie die Notwendigkeit von mehr Kitaplätzen, ein immer noch anhaltendes Defizit in NRW.

Die Podiumsdiskussion, mit Vertretern sowie Sprechern deutsch-luxemburgischer

Unternehmen, machte abschließend deutlich, dass die Situation des Fachkräftemangels sowie des Anwerbens qualifizierter Arbeitskräfte beider Länder trotzdem differenziert werden muss.

„Angesichts der Mieten und Immobilienpreise in Luxemburg spielt das Gehalt schon eine große Rolle. Man sollte sich hier nicht zu utopischen Illusionen hingeben, vor allem nicht beim Anwerben ausländischer Fachkräfte“, so eine Sprecherin der Cargolux SA. Die deutschen Kollegen entgegneten allerdings dass dies in Deutschland nicht unbedingt der Fall sei, denn die Lohnzahlungen mancher handwerklichen und technischen Berufe seien nicht unbedingt geringer als bei Akademikern.

Ein enormes Defizit herrsche allerdings bei der sozialen Wertschätzung technischer und handwerklicher Berufe, wo Akademiker immer noch besser dastünden. Hier bedauerten die unterschiedlichen Sprecher auch gemeinsam, dass es höchste Zeit sei die unbegründete Stigmatisierung dieser Berufsgruppen zu überwinden, um so auch wieder langfristig mehr Neugierde bei jungen Leuten für solche Berufe zu wecken.

Zum Schluss machten die Redner aber klar, dass kurzfristig nichts an der Weiterbildung der vorhandenen Arbeitskräfte vorbeiführe, eine Herausforderung, die durch einen pragmatischen und individuell zugeschnittenen Ansatz gegenüber den Arbeitnehmern, angegangen werden muss. ●

GRUPE DE TRAVAIL EUROPÉEN SUR LE VIEILLISSEMENT
DÉMOGRAPHIQUE (GTV)

FINANCEMENT DE LA PROTECTION SOCIALE : PRUDENCE...

Le Groupe de travail européen sur le vieillissement démographique (GTV) est une autorité reconnue au niveau européen lorsqu'il s'agit d'appréhender les conséquences du vieillissement de la population sur les finances publiques. Le groupe se compose d'experts européens (BCE, Eurostat, Commission) et nationaux. S'appuyant sur une méthodologie précise et désormais bien rodée, il publie un rapport tous les trois ans, le dernier date de mai 2018. En voici les principaux enseignements, d'un point de vue luxembourgeois.

Texte : Muriel Bouchet, Affaires économiques, Chambre de Commerce

Dans son récent rapport, le GTV passe tout d'abord en revue les principales variables d'environnement sociodémographiques, en expliquant de quelle manière elles sont susceptibles de peser sur les dépenses sociales. Pour l'Union européenne (UE) dans son ensemble, les taux d'emploi augmenteraient légèrement. La population en âge de travailler connaîtrait néanmoins, pour sa part, une chute de 12 % d'ici 2070, avec à la clé un recul de 10 % de l'emploi et un quasi-doublement du taux de dépendance démographique (personnes de 65 ans et plus rapportées aux personnes en âge de travailler). Pour le Luxembourg, on notera deux évolutions majeures, à savoir un taux de dépendance passant de 20,6 % actuellement à 49 % en 2070 et une relative stagnation du taux d'emploi des résidents. Le deuxième étage

de la « fusée GTV » est un examen général des régimes de protection sociale dans les différents États membres. Il s'agit d'informations souvent très révélatrices d'un point de vue luxembourgeois. Ainsi, et pour ne traiter que des pensions, le GTV prévoit que la durée moyenne de la période passée à la retraite atteindra 28 ans en 2070 pour les hommes et 32 ans pour les femmes au Grand-Duché, contre respectivement 23 et 26 ans dans l'ensemble de l'UE. De surcroît, le taux de remplacement – soit le montant de la pension par rapport au dernier salaire – atteindrait au Luxembourg 63 % en 2070, soit résolument au-delà des 38 % qui seraient alors enregistrés dans l'ensemble de l'UE. Ces taux de remplacement étaient respectivement de 73 % au Luxembourg et de 46 % pour la moyenne de l'Union européenne en 2016.

Se greffent sur ces constats des projections démographiques et macroéconomiques exhaustives, qui pour le Grand-Duché laissent augurer une population d'un million d'habitants en 2070 (+78 % par rapport à 2016, soit la progression la plus forte de l'UE⁽⁴⁾), ainsi qu'un taux de croissance moyen du PIB en volume de 2,3 % l'an sur la période 2016 à 2070.

Ces diverses hypothèses débouchent pour de nombreux pays européens, et en particulier pour le Luxembourg, sur un constat détonnant, comme le montre le graphique. Les dépenses liées à la protection sociale (pensions, santé et assurance-dépendance) augmenteraient en effet de 5 points de PIB ou davantage dans cinq pays : le Luxembourg, Malte, la Slovénie, la République tchèque et la Belgique. Parmi l'ensemble des pays considérés, le Grand-Duché se caractériserait cependant et de (très) loin par la plus vive progression, avec +13 points de PIB d'ici 2070, contre +5 points en Belgique, +3,7 points en Allemagne et -2,2 points (une amélioration, donc) en France. À cet égard, le Luxembourg serait donc largement pénalisé par rapport aux pays limitrophes. Ce dérapage de quelque 13 points de PIB serait surtout imputable aux pensions (+9 points), mais on notera également la forte progression attribuable à l'assurance-dépendance (+3 points), et dans une moindre mesure à la santé (du moins dans le scénario de base, des projections alternatives du GTV non développées ici livrant des résultats plus préoccupants également dans le domaine de la santé).

Pour le Luxembourg, les nouvelles projections du GTV consacrent en outre une franche détérioration par rapport à l'estimation précédente effectuée dans son rapport de 2015, qui était basée sur un scénario démographique (encore plus) volontariste, comportant notamment une population de 1,1 million d'habitants en 2060. Alors que le rapport de 2015 tablait sur une hausse de 6 points de PIB d'ici 2060 du ratio des dépenses sociales (toujours pour les pensions, la dépendance et la santé), les nouvelles estimations publiées en mai 2018 laissent augurer un doublement de ce dérapage (+13 points de PIB, pour rappel, de 2016 à 2070).

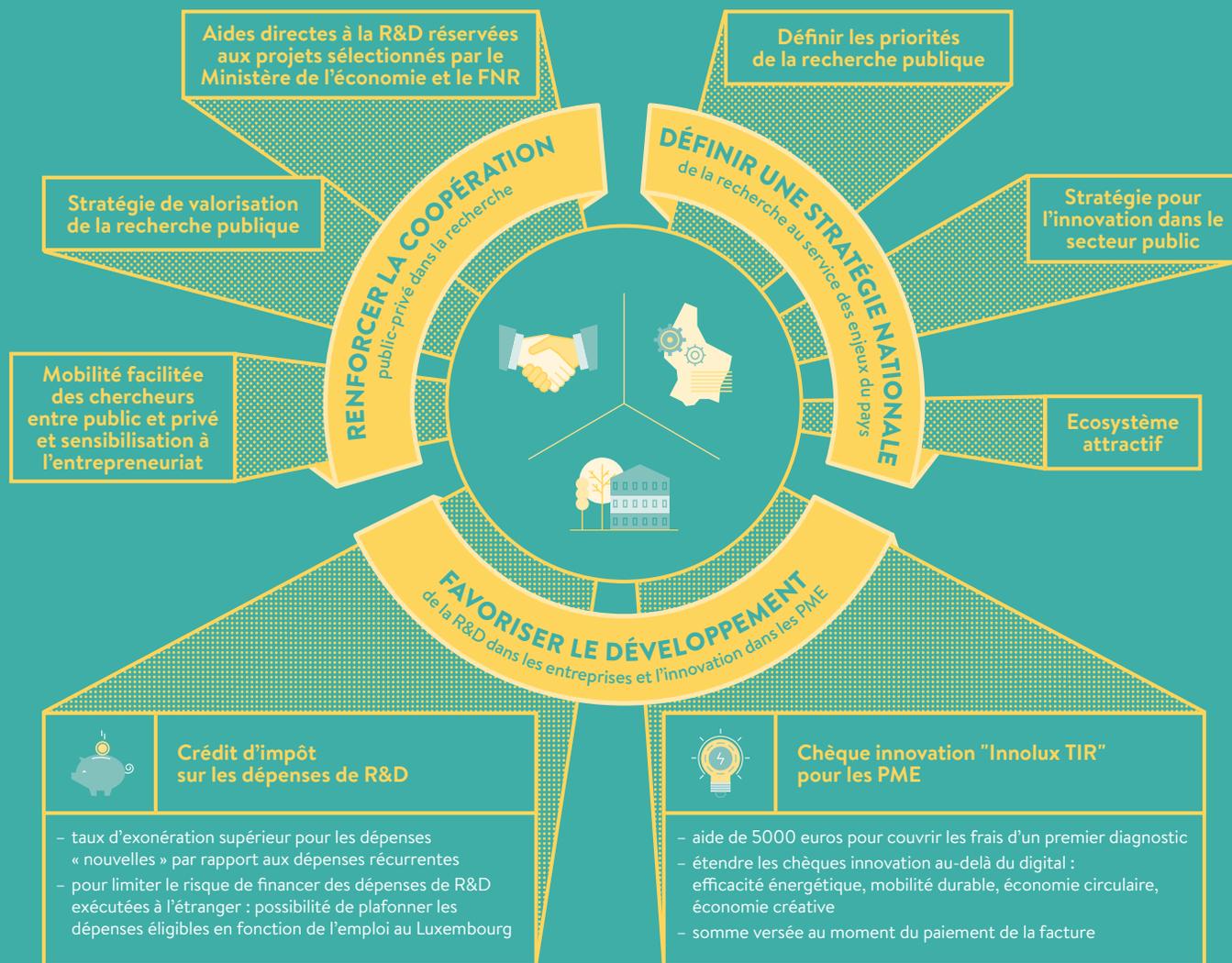
“

Les dépenses publiques devraient passer de 43 % du PIB actuellement à 56 % en 2070.

”



En 2017, le système luxembourgeois de recherche publique a eu 30 ans.
Recommandations d'IDEA pour son entrée dans la 4^e décennie !



FOCUS : Revoir les priorités des aides publiques aux entreprises pour la R&D



INTENSITÉ DES AIDES POUR LES APPELS À PROJETS

Avec coopération publique privée € € € €

Sans coopération publique privée € € €



INTENSITÉ DES AIDES POUR LE CRÉDIT D'IMPÔT

Dépenses nouvelles € €

Dépense récurrentes €

—
**EN 2017,
LA RECHERCHE PUBLIQUE
LUXEMBOURGEOISE A PASSÉ
LE CAP DES TRENTE ANS.
AU FIL DE CES ANNÉES, ELLE
S'EST CONSIDÉRABLEMENT
TRANSFORMÉE ET RENFORCÉE,
FAISANT PROGRESSIVEMENT
APPARAÎTRE LE LUXEMBOURG
SUR LA CARTE DE LA
RECHERCHE EUROPÉENNE.**

Les moyens financiers des organismes de recherche ont été augmentés, toute une série d'outils nouveaux ont été mis en place (comme les appels à projets du Fonds National de la Recherche – FNR – ou les contrats pluriannuels entre les institutions et l'Etat) et des réorganisations d'envergure ont été opérées (création de l'Université, refonte des Centres de Recherche Publics). Tout cela dessine progressivement une politique de recherche cohérente au Luxembourg et commence à porter ses fruits au niveau de la visibilité croissante des centres de recherche qui affichent des indicateurs de « qualité » en progression.

Pour faire de la quatrième décennie de la recherche publique luxembourgeoise un succès, ses acteurs devront répondre

à un double défi : décrocher leurs lettres de noblesse dans des domaines d'excellence tout en se raccrochant aux défis économiques et sociétaux que le pays doit relever.

Un chantier – parmi d'autres – consistera en la mise en œuvre d'une stratégie de valorisation de la recherche publique qui aurait pour objectif de renforcer la « commercialisation d'idées ou de technologies » qui en sont issues. Elle peut s'opérer par plusieurs moyens, comme la collaboration entre les organismes de recherche et l'industrie, les licences contractées sur la propriété intellectuelle, les brevets déposés, ou encore la création de start-ups ou de spin-offs par des chercheurs.

Les contrats de performance pluriannuels (2018-2021) clarifient les moyens et les objectifs de chacun des centres de recherche publics et de l'Université en matière de valorisation de la recherche. Il n'existe néanmoins aucune « stratégie d'ensemble » explicite dans le domaine de la valorisation à l'échelle du pays.

Parmi les nouveaux outils sur lesquels elle peut s'appuyer, les Technology Transfer Offices, ou « TTOs » sont progressivement déployés dans les

institutions. Une proximité des agents chargés de la politique de transferts de technologie avec les chercheurs est cruciale pour faciliter la diffusion de la « culture » de la valorisation, plaidant en effet pour une présence de TTOs au sein même des organismes de recherche. Les revenus tirés de cette valorisation doivent également bénéficier aux acteurs qui en sont à l'origine. Une *task force* commune pourrait permettre la mutualisation de certaines « tâches » comme l'étude des besoins potentiels des entreprises et institutions publiques, la « prospection » auprès de ces acteurs, le soutien dans la gestion de la propriété intellectuelle (aspects juridiques) et l'évaluation.

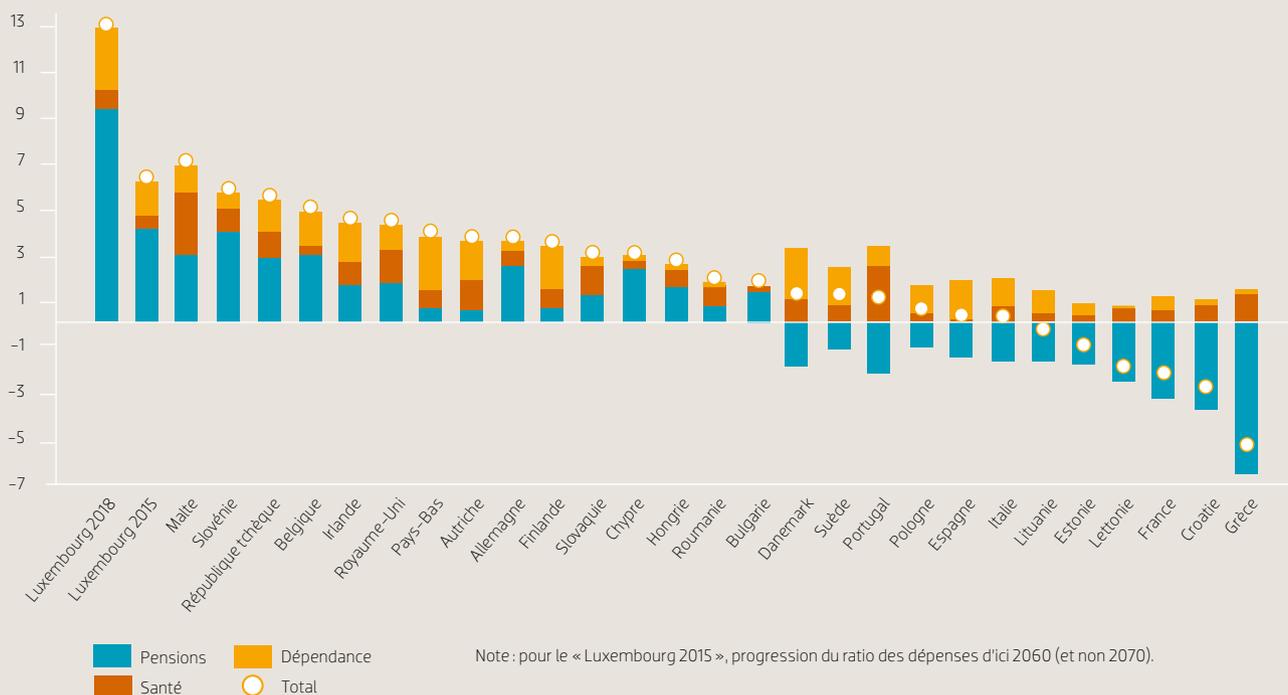
Etant donné que la taille du « marché » est limitée, la valorisation de la recherche luxembourgeoise devrait également se faire au-delà des frontières. La *task force* de valorisation pourrait ainsi chercher des débouchés dans un premier temps à l'échelle de la Grande Région. Les organismes de recherche publics pourraient par exemple adhérer à des clusters étrangers dans lesquels une valorisation de leurs activités de recherche serait envisageable.



Vincent Hein
vincent.hein@fondation-idea.lu

Évolution projetée des dépenses de protection sociale dans les différents pays de l'Union européenne de 2016 à 2070 (variation du ratio des dépenses de santé, de pensions et d'assurance-dépendance, en points de PIB)

Source : GTV



Le GTV ne l'affirme pas explicitement, mais on peut imputer la hausse spectaculaire des dépenses de protection sociale grand-ducales inférée dans son étude à trois facteurs essentiellement. En premier lieu, le Luxembourg encaissera, comme l'immense majorité des autres pays d'ailleurs, les conséquences du vieillissement démographique. Il s'y ajoutera cependant deux déterminants spécifiquement luxembourgeois, à savoir, tout d'abord, l'arrivée progressive à l'âge de la retraite des nombreux travailleurs non résidents embauchés ces dernières décennies (les pensions versées à des non-résidents atteignent actuellement environ 25 % du total en ce qui concerne le régime général de pension, alors que les frontaliers représentent actuellement 45 % de l'emploi intérieur) et, ensuite, la générosité même des systèmes luxembourgeois de pension, comme indiqué d'entrée de jeu.

“
Le GTV prévoit que la durée moyenne de la période passée à la retraite atteindra 28 ans en 2070 pour les hommes et 32 ans pour les femmes au Grand-Duché.
”

En clair, si on extrapole sur base des calculs du GTV, les dépenses publiques devraient passer de 43 % du PIB actuellement à 56 % en 2070, du moins « toutes autres choses restant égales par ailleurs » et en l'absence de nouvelles mesures. Ce serait l'un des ratios de dépenses les plus élevés de la planète et, à pression fiscale constante, il en résulterait chaque année des déficits publics excédant les 10 % du PIB⁽²⁾. Certes, à moyen terme. Tout est par ailleurs, bien entendu, dans l'expression « en l'absence de réformes ». ●

⁽¹⁾ En dépit d'un ralentissement graduel supposé de l'immigration nette, qui passerait de 11.000 personnes par an environ actuellement à 9.000 vers 2030 et 4.000 vers 2060-2070.

⁽²⁾ Or, à terme, un déficit de 10 % par an en présence d'une croissance nominale du PIB de 4,3 % l'an (soit l'hypothèse du GTV de 2,3 % de hausse du PIB réel sur la période 2016 à 2070 plus, par hypothèse, une inflation de 2 % l'an) déboucherait mécaniquement et en l'absence de nouvelles mesures sur un endettement de... plus de 200 % du PIB.

LE CHIFFRE DU MOIS



COMPTE À REBOURS

De la date de parution de la présente édition du magazine *Merkur* jusqu'au 14 octobre, date des prochaines élections législatives, il reste 110 jours. C'est parti!

Illustration : Fargo

Dans nos têtes, comme si c'était hier, nous nous souvenons très bien des élections législatives anticipées d'octobre 2013. C'était le début d'une nouvelle ère avec la coalition dite « Gambia », une situation inédite au Grand-Duché de Luxembourg. Pendant cette période législative, de nombreux projets ont été initiés, de nouvelles mesures ont été mises en œuvre ou ont été proposées, que ce soit avec ou sans Rifkin, que ce soit en matière d'aménagement du territoire, de digitalisation ou encore de mobilité.

Aujourd'hui, une partie des mêmes enjeux est encore au rendez-vous et de nouveaux sont apparus. Les programmes des différents partis sont définis. Les femmes et les hommes politiques sont en pleine campagne électorale. Quel avenir pour le Luxembourg, ses citoyens et son économie? Telle est la question à laquelle devront répondre les candidats dans les 110 jours à venir pour convaincre les électeurs. ●



Vincent Hein
Économiste,
Fondation IDEA asbl

CINQ CHANTIERS POUR LE PROCHAIN GOUVERNEMENT

Dans son avis annuel 2018, IDEA invite à saisir l'actuelle fenêtre de « félicité » économique pour accompagner le pays dans les transformations nécessaires durant la prochaine législature. Les 110 jours de campagne électorale qui sont devant nous devraient être idéalement mis à profit pour réfléchir aux priorités que sous-tend le maintien de la prospérité luxembourgeoise. Gageons dès lors qu'au moins cinq questions trouveront une réponse positive à la fin de cette législature, en 2023 : l'économie luxembourgeoise a-t-elle trouvé de nouvelles niches de croissance? Le pays se classe-t-il parmi les leaders européens de l'innovation? Le « modèle socio-économique » s'est-il adapté aux enjeux de la croissance démographique? Les inégalités ont-elles baissé tant sur le plan social qu'économique? Enfin, la transition écologique « à la luxembourgeoise » est-elle définie et engagée? Rendez-vous dans 1.936 jours pour les réponses! ●



Laurence Bervard
Journaliste et
cofondatrice,
Reporter

À NOUS LE DÉBAT!

110 jours jusqu'aux législatives! Les discussions y relatives risquent en revanche d'être reléguées à... septembre! De quoi assommer le débat. Au vu des divergences idéologiques minimales entre les principaux partis, la courte durée des causeries ne risque pas d'importuner les politiques, au contraire. Mais une chose est sûre : un débat succinct n'atténuera ni l'ampleur ni l'effet des paroles populistes. D'où la tâche ardue des journalistes et d'un nouveau média comme *Reporter*. Comment relater les enjeux des législatives avant même que les programmes électoraux n'aient été dévoilés? À nous d'identifier les thématiques pertinentes et d'éveiller l'intérêt des électeurs avant l'automne. Et en parlant d'électeurs : une bonne couverture médiatique n'est-elle pas d'autant plus importante dans un pays où 48% de la population est exclue du droit de vote? Dans un contexte de *fake news* et de prédominance des algorithmes sur les réseaux sociaux, le défi est lancé. À nous d'éviter un débat bâclé. ●



APPEL À CANDIDATURES

PRIX DE L'INNOVATION

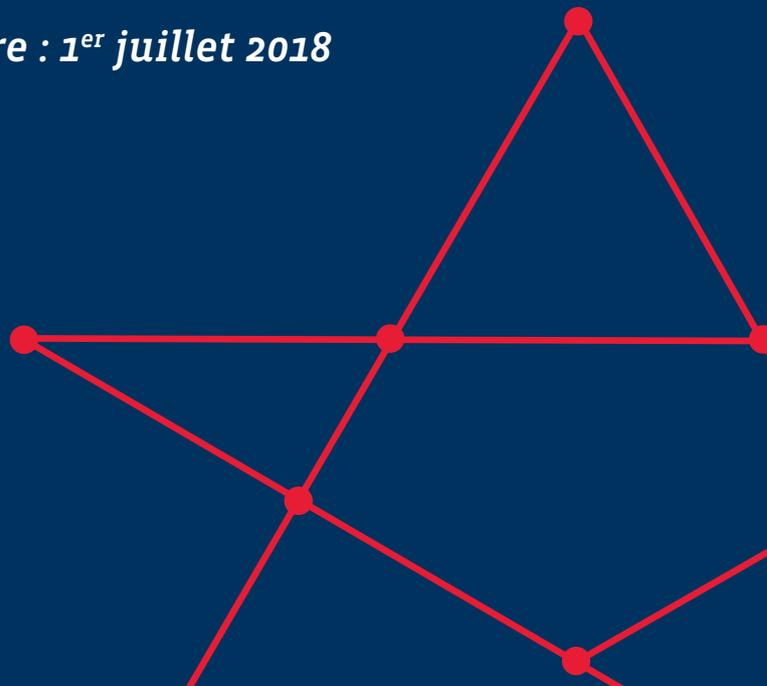
DE LA FEDIL 2018

Le Prix de l'Innovation de la FEDIL a pour but d'encourager la créativité et l'innovation dans les entreprises. Il récompense les innovateurs au service des entreprises, les innovateurs indépendants ainsi que les jeunes chercheurs.

Les projets introduits doivent se distinguer par leur caractère innovateur et original tout en présentant un intérêt pour l'économie luxembourgeoise.

Le règlement et le formulaire de candidature peuvent être téléchargés sur www.fedil.lu/innovation.

Délai de candidature : 1^{er} juillet 2018



LIFE ONLINE

CAN PEOPLE FORM A REAL “COMMUNITY” WHEN SOMEONE ELSE IS MAKING ALL THE RULES?

You can tell a lot about the cultural status of capitalism by how we refer to people who buy stuff. “Customer”, with its implicit deference – its suggestion that the buyer is always right – is now a relic of a bygone era. “Client” is formal and reserved for professional relationships. “Consumer”, with its air of piggish, Pac-Man voracity, is the slightly dehumanising moniker most of us grew up with, but that was some time ago, before the rise of the brand as a cultic family. Now everyone who buys or uses or even just cares about a product or service has been collectively upgraded to something more ephemeral, almost spiritual, a loose association of souls brought together in one church-like congregation: a “community.”

Text: Carina Chocano, The New York Times 2018

Imagining such groups as little virtual villages is an old tech cliché, an echo from the days when the agglomerations of people on the Internet were smaller, more like-minded and manageable. It’s still how Facebook describes its more than two billion users, stretching the notion of “community” thin enough to cover over a quarter of the earth’s population. This is the scale of the demographic Mark Zuckerberg has now spent so much time reminding us – and, over two days of testimony in Washington, our congressional representatives – that he feels very, very sorry to have disappointed. As he told *Recode* last month, he is sorry that the company “let the community down.”

“Community” is derived from the Anglo-Norman and Middle French *communité*, meaning, primarily, “joint ownership.”

“
Our sense of community
is less and less about
being from someplace
and more about being
like someone.”

A community, at least in theory, is a site of collective decision-making; it is maintained by the people who built it, for their own benefit. It monitors itself and invests in its own health. It rewards participation with a real stake in the common good. It’s no wonder, then, that community tends to strike us as a positive thing; the Welsh Marxist theorist Raymond Williams once wrote that the word’s most salient attribute was that it “seems never to be used unfavorably.” There’s an association that still lingers between a “community” and a physical location – the idyllic small town, say, or the utopian village, real or imagined. It evokes a cozy, friendly, simple place in which people live in easy harmony and cooperation, each with a role to play, each mattering to the whole.

But the countless, ever-multiplying communities of today are something different: not collections of humans functioning in unison but random assortments of people who do the same things, like the same things, hate the same things or believe the same things. Life online is absolutely full of communities. There are fan communities, hobbyist communities, communities for users or enthusiasts of every consumer product imaginable. Every interest, every circumstance and point of identification,

it seems, benefits by gathering under this feel-good umbrella word, which instantly puts a friendly gloss on every activity. People who interact are a community. People who don’t interact but share some quality or belief become a community. People who are lumped into communities by other communities are communities. “Community” makes everything sound better.

It makes “the activist community” sound approachable; it makes “the skin-care community” sound important; it makes “the Christian community” sound inclusive and kind; it makes “the medical community” sound folksy and skilled at the bedside; it makes “the homeless community” sound voluntary; it makes “the gun rights community” sound humanistic; it makes “the tech community” sound like good citizens.

The tech community, of course, is partly responsible for this explosion. Platforms like Facebook, which exist for the express purpose of “creating community,” turn out to be in the business of exploiting the communities they’ve created for the benefit of those outside (the business community, the strategic communications community, the Moldovan hacker community). They invite members to “participate,” but not, in the end, to make decisions together; the largest rewards, and the greatest powers, stay private. The company lays claim to everything of value that can be extracted from the assembled group.

Nobody feels any personal kinship with a “community” of billions of fellow Facebook users; only people who work for Facebook would ever describe things this way. But this communal language maintains the illusion that we’re all in this together, working for something that will benefit us all – neatly keeping the focus on the things being “liked” and “shared,” rather than the ones being mined or sold. The psychologists David W. McMillan and David M. Chavis outlined four basic elements of community in a 1986 article titled “Sense of Community: A Definition and Theory.”

There was membership, or “the feeling of belonging”; influence, or the “sense of mattering, of making a difference to a group”; reinforcement, or “the feeling that members’ needs will be met”; and shared emotional connection, or the “belief that members have

“Community can do powerful things to us, as anyone who has ever felt trapped in a small town knows pretty well.

”

shared and will share history, common places, time together and similar experiences.”

McMillan and Chavis also cited an important distinction between two types of community that have long coexisted. One is geographical – neighborhood, town, city – and the other is “relational,” concerned with the interconnections among people. Our sense of community seems to shift steadily among these very different modes of thinking.

Over the decades, its meaning has lost the precision of city limits and has expanded to accommodate groups with shared values, planned and intentional organizations and a general sense of interpersonal connectedness. In 2018, it feels as if community is about being recognized as a certain kind of person – when it’s not merely about fitting into a broad category.

In other words, our sense of community is less and less about being from some place and more about being like someone. This is certainly how it works in politics, where “community” magically converts huge groups of people – what we’d maybe once have called a constituency – into neat, undifferentiated units. Community is the spoonful of sugar that makes the othering go down. A politician might gingerly refer to “the black community,” which sounds more validating and supportive than simply saying “black people.” A “community,” it’s implied, is vibrant and productive and self-sustaining. It doesn’t need others outside it to defend its rights or protect its interests. *Adweek* once suggested that “the female community is finding and establishing itself among the ranks of the techies in the Big Apple.” The “female community,” of course, implies that disenfranchisement is just another ladies’ choice.



Nobody belongs to just one community, which is part of how communities exert their influence on us: we are different people inside different ones. Our roles and identities shift from one to the next, in large part because the spaces ask different things of us – sometimes under duress. Community can do powerful things to us, as anyone who has ever felt trapped in a small town or dissented from a religious group knows pretty well.

A community can liberate or encourage conformity; it can include or keep people out. In the utopian-village sense of a “community,” it’s other humans who accomplish this, exerting all their different social pressures over us to make us behave a certain way. This is a dynamic we can understand, and accept. Raymond Williams’s observation – that “community” never seems to be used unfavorably – still rings true.

We imagine community as a co-created project in which everything can be negotiated, in which everyone has a stake, in which democracy can flourish. The only things that can’t be negotiated are the laws of nature, the floods and droughts and cataclysms and acts of God no village can avoid.

The digital platforms where we fall into all our different groups make us a similar offer, presenting the communities they

host as rich, human-built spaces where we can gather, matter, have a voice and feel supported. But their promise of community masks a whole other layer of control – an organizing, siphoning, coercive force with its own private purposes. This is what seems to have been sinking in, for more of us, over the past months, as attention turns toward these platforms and sentiment turns against them. When you’re on Facebook, Facebook is the laws of nature, the force that creates its own ecosystem and determines its workings. It gets to send floods, bring droughts, strike down users and strip-mine their information, decide which community is targeted with what. It can build tools to censor the content a nation like China might wish to censor, and systems that suppress – or fail to suppress – content stoking ethnic cleansing in Myanmar. These powers aren’t jointly held; they’re entirely private.

They eat away at the very thing that makes community worthwhile, until they’ve created something that’s not a community at all, but a simulation of one, a game with one winner and a community of losers. ●

(Carina Chocano is the author of You Play the Girl and a contributing writer for The New York Times Magazine.)

Côte d'Ivoire Faits et chiffres



Capitale politique: Yamoussoukro
Capitale économique: Abidjan
Langue officielle: français
Langues vernaculaires: bété, dioula, baoulé, abron, agni, cebara, senufo
Monnaie d'affaires: franc CFA (Communauté financière africaine)
1 euro = +/- 656 XOF
Durée légale du travail: 40 h / semaine sur 5 jours
Décalage horaire avec le Luxembourg: -2 heures
Superficie: 322.463 km² (125 fois la surface du Luxembourg)
Démographie: 24.184.810 habitants (est. 2017)
PIB par habitant: 3.900 \$ (2017)
Taux de croissance: 7,6 % (2017)
Taux d'inflation: 1 % (2017)
Taux de chômage: 9,2 % (est. 2017)
Facilité à faire des affaires (2018): 139^e sur 190 (Luxembourg est 63^e)
Exportations du Luxembourg vers la Côte d'Ivoire (biens): 3,4 millions € (2017)
Importations au Luxembourg depuis la Côte d'Ivoire (biens): 44 millions € (2017)
Logistics Performance Index: 2,60 (LPI 2016), 95^e sur 160 pays (Luxembourg est 2^e)
Indicateur de corruption: 36 sur une échelle de 0 (fortement corrompu) à 100 (irréprochable). La Côte d'Ivoire est 103^e sur 176 pays classés par Transparency International.
Principaux secteurs économiques: (en % du PIB) Agriculture (17,4 %), Industrie (28,8 %), Services (53,8 %) (est. 2017)
Risque pays (OCDE): 6 sur une échelle de 0 (faible risque) à 7 (risque élevé)
Risque commercial du pays (ODL): C sur une échelle de A (faible risque) à C (risque élevé)
Sources: CIA World Factbook; Statec; ODL, Transparency International; OCDE; Banque mondiale

CÔTE D'IVOIRE

VERS UN SECOND BOOM ?

Alors que le second mandat d'Alassane Ouattara touche à sa fin et que la Côte d'Ivoire s'appête à choisir celui ou celle qui lui succédera en 2020, l'heure du bilan approche. La résolution de la crise présidentielle de 2011 a permis la réouverture du siège de la Banque africaine de développement à Abidjan, et l'économie ivoirienne, avec une croissance annuelle autour des 7 %, affiche d'excellents résultats qui attirent l'attention des investisseurs. Si la réalité du terrain est complexe et que le pays doit encore se battre contre des taux de pauvreté et de corruption élevés, la Côte d'Ivoire fait néanmoins figure de premier de la classe en Afrique de l'Ouest.

Texte : Affaires internationales, Chambre de Commerce
Photo : Citizen59

Depuis 2011, l'économie ivoirienne et ses indicateurs de développement émettent des signaux très encourageants. Avec un taux de croissance de 7,6 % en 2017 et des taux prévisionnels similaires pour les deux années à venir, tout porte à penser que le travail de l'administration Ouattara pour améliorer le climat d'affaires du pays a porté ses fruits. La Côte d'Ivoire possède aujourd'hui une classe moyenne en plein essor, une main-d'œuvre bon marché et des ressources naturelles importantes. Le pays se place 139^e sur 190 dans le classement « Doing Business 2018 » de la Banque mondiale, contre 167^e sur 183 en 2012. Une progression considérable sur le plan macro-économique, notamment grâce à une amélioration continue des performances dans le secteur de l'agriculture. La production de cacao, moteur de l'économie et source du « boom » économique ivoirien dans les années 1960 et 1970, ou encore la production de café, de fruits et de bétail, ne sont cependant pas les seuls responsables de ces résultats. En effet, on perçoit aujourd'hui en Côte d'Ivoire de fortes progressions dans les secteurs de la construction, de l'énergie et des services.

VERS UNE DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE

Le secteur agricole constituait le principal pilier du pouvoir à l'époque du règne incontesté (1960-1993) de Félix Houphouët-Boigny, lui-même issu d'une lignée de fermiers. Depuis, on peut constater que ce lien historique entre les champs ivoiriens et les hautes sphères du pouvoir s'est indéniablement atténué.

La diversification de l'économie est un thème récurrent dans les programmes actuels des gouvernants africains. Si l'économie ivoirienne repose encore aujourd'hui à titre principal sur le secteur

agricole, l'apport de l'industrie au PIB est évalué à 17,4 %, et celui du secteur tertiaire, à 53,8 % (est. 2017). Ce dernier est dominé par les télécommunications, les transports, la distribution et les activités financières. La relance est soutenue par les investissements publics (transports, énergie, santé, éducation) et privés (mines, agriculture, énergie et logements). Relevons la bonne santé du secteur du tourisme, dont la contribution au PIB tourne aujourd'hui autour de 5,5 %.

Cette transformation structurelle de l'économie figure parmi les grands axes du plan d'actions prioritaires (PAP) 2018, présenté en janvier dernier par Alassane Ouattara. Ce plan consiste en priorité à intensifier la lutte contre la pauvreté à travers des investissements dans les secteurs sociaux, notamment l'éducation, la santé, l'eau potable, l'électrification rurale, etc.

VERS L'ÉMERGENCE

La Côte d'Ivoire a l'objectif de figurer sur la liste des pays émergents à l'horizon 2020. Pour ce faire, le pays s'est doté successivement de deux plans nationaux de développement (2012-2015 et 2016-2020). Le PND 2012-2015 a permis à l'économie de renouer avec une croissance forte qui a su convaincre les investisseurs à participer au développement du pays. Selon le gouvernement, 2 millions d'emplois ont été créés au cours de ces trois années. Le PND 2016-2020 vise à concrétiser les résultats atteints et s'attaquer aux besoins du pays, notamment dans l'amélioration des infrastructures et le renforcement des cadres légaux. La volonté du gouvernement est claire : rendre l'environnement des affaires plus attractif et l'économie plus compétitive. Il s'agit d'attirer les entreprises étrangères, notamment dans le secteur du numérique et des TIC, des énergies, des mines, de l'agriculture,



Siège de la Banque
Centrale des Etats
de l'Afrique de l'Ouest
à Abidjan

du tourisme et de l'artisanat. Parler d'un second « miracle ivoirien » serait peut-être excessif, mais les performances économiques sont bien au rendez-vous, malgré les blessures du passé. La bonne santé de l'économie du pays permet aujourd'hui la consolidation d'une classe moyenne vigoureuse. S'il serait faux de dire que le pays en a fini avec la pauvreté, ce que peu de pays peuvent d'ailleurs prétendre, nul ne nierait qu'il avance dans la bonne direction.

LE LUXEMBOURG EN CÔTE D'IVOIRE

Dans le classement des partenaires économiques de la Côte d'Ivoire, la France, partenaire économique historique du pays, a récemment été détrônée par le Maroc, dont sont issues 22 % des entreprises agréées par le Centre de promotion des investissements en Côte d'Ivoire (Cepici), contre seulement 16 % pour les opérateurs français. La Chine, les États-Unis ou encore l'Allemagne développent également de plus en plus leur présence économique dans le pays. Côté luxembourgeois, on compte aujourd'hui plusieurs entreprises luxembourgeoises d'ores et déjà présentes ou actives en Côte d'Ivoire, notamment Cargolux, SES, SGI Ingénierie, Astron Buildings, Acropole, Steel Shed Solutions ou encore Excellium Services. La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg encourage les entreprises à s'intéresser au marché ivoirien. Dans ce cadre, une mission économique à Abidjan (combinée avec Accra, Ghana) est prévue au cours de la première semaine d'octobre 2018. Celle-ci portera sur les secteurs ICT, éco-innovation et construction. ●

Contacts utiles

Chambre de Commerce
Affaires internationales - Afrique sub-saharienne
Thomas Bertrand / Steven Koener
Tél.: (+352) 42 39 39 337 / 374
E-mail: africa@cc.lu

Ambassade de la Côte d'Ivoire à Bruxelles
Tél.: (+32) 2 672 23 57
Site web: www.ambacibnl.be
E-mail: mailbox@ambacibnl.be

AWEX Abidjan (Agence wallonne à l'exportation et aux investissements étrangers)
Guillaume de Bassompierre
Tél.: (+225) 22 48 40 88
E-mail: abidjan@awex-wallonia.com

Important!

Mission économique à Abidjan et Accra:

Du 30 septembre au 4 octobre 2018



LAURENT NILLES
Directeur général, SGI Groupe

Quelles sont vos relations commerciales avec la Côte d'Ivoire ?

« Notre groupe, acteur pluridisciplinaire en ingénierie, a une stratégie d'implantation durable en Afrique, notamment en Côte d'Ivoire, depuis quelques années afin d'assurer une proximité suffisante avec les donneurs d'ordre. Cette stratégie nous amène à créer des relations avec les autorités du pays, les porteurs d'appel d'offres et des investisseurs privés pour les accompagner dans la réalisation de leurs projets. Nous investissons donc en personnel expatrié afin d'assurer la représentation locale et la reconnaissance du groupe SGI sur le marché, en plus du relais technique nécessaire.

Quelles opportunités ce marché présente-t-il, selon vous ?

« Le marché ivoirien de la construction est en plein essor. Depuis la stabilisation politique, il bénéficie d'aides et de financements d'institutions internationales (AFD, BAD, DIRD, BID, etc.) qui permettent le financement d'infrastructures majeures (voies de communication, télécoms, électricité, etc.). Cela crée de bonnes conditions de développement commercial dans tous les domaines d'activité, ainsi que des opportunités pour l'ensemble de la société ivoirienne.

Quels risques ou difficultés rencontrez-vous ?

« Les difficultés à l'implantation résident essentiellement dans l'adaptation, la connaissance et l'intégration des réglementations du pays. Il est indispensable lors de cette étape de s'appuyer sur les services et l'expérience de conseillers pour éviter les écueils des nouveaux arrivants, dont les conséquences peuvent se révéler plus tard. Les risques sont principalement liés au règlement des honoraires (dans notre cas), car nombre de projets sont engagés sans pour autant avoir mobilisé l'ensemble des fonds nécessaires à leur réalisation. Il y a dans ce cas des parades, dont celle de privilégier les marchés baillés, ainsi que de faire appel à la couverture des assurances-risque qui fonctionnent très bien.

Quel(s) conseil(s) donneriez-vous aux entreprises qui voudraient travailler avec ce pays ?

« La réussite en Côte d'Ivoire tient souvent dans la faculté des entreprises étrangères à s'implanter et à nouer des relations commerciales fortes dans le pays. Le bon dosage entre analyse, maîtrise des risques financiers et investissement local conditionne le succès des projets. »

SASHA BAILLIE

« LE LUXEMBOURG A DES ATOUTS QUE D'AUTRES N'ONT PAS »

Officiellement nommée en avril dernier à la tête de Luxinnovation, l'agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, Sasha Baillie affiche un parcours professionnel émaillé d'expériences, notamment à l'international, au croisement de la diplomatie et de l'économie. Rencontre.

Texte : Corinne Briault - Photos : Gaël Lesure

Vous étiez, ces dernières années, cheffe de cabinet adjointe et conseillère diplomatique, directrice des relations économiques internationales et des affaires européennes au ministère des Affaires étrangères, et vous avez poursuivi une carrière de plus de 20 ans dans la diplomatie économique en assumant de nombreuses fonctions à l'étranger. Pouvez-vous nous donner plus de détails sur votre parcours ?

« En travaillant sur ma thèse de doctorat sur les moyens d'influence qu'ont les petits pays comme le Grand-Duché dans l'Union européenne (UE), j'ai eu l'occasion d'avoir de multiples contacts avec le ministère des Affaires étrangères, et j'ai rejoint le ministère en 1996 en tant que chargée de mission pour la présidence luxembourgeoise de l'UE. Ensuite, j'ai passé le concours pour poursuivre une carrière de jeune diplomate.

J'étais tout d'abord responsable du dossier des Balkans, ceci à l'époque de la crise du Kosovo, puis j'ai assumé un poste auprès de notre représentation à Bruxelles, en tant que cheffe de mission adjointe de la représentation luxembourgeoise au comité de politique et de sécurité de l'UE, où j'étais responsable de la coordination de la présidence luxembourgeoise du Conseil de l'UE dans ce domaine. Je suis ensuite partie à Moscou pour y être cheffe de mission

adjointe et consul, et c'est à ce moment que j'ai eu de plus en plus d'interactions avec la sphère économique et avec les entreprises, russes et luxembourgeoises, et que j'ai saisi combien l'outil diplomatique est important pour développer les relations économiques entre les pays et pour soutenir nos entreprises.

“
Mon objectif est de veiller à un fonctionnement efficace, cohérent.
”

Je suis revenue à Luxembourg après quatre ans passés à Moscou pour assumer le poste de secrétaire générale adjointe du ministère des Affaires étrangères, et ensuite directrice des affaires européennes, ceci avant qu'Étienne Schneider, ministre de l'Économie, m'ait demandé de rejoindre son cabinet en tant que cheffe de cabinet adjointe et conseillère diplomatique.

C'est dans ce contexte que j'ai eu l'occasion de travailler avec Luxinnovation, puisque j'ai suivi la fusion avec Luxembourg for Business, et j'ai pu également m'occuper

de plusieurs dossiers en lien avec la promotion économique du pays. Autant de thématiques qui me permettent aujourd'hui de bien connaître tous les acteurs-clés de ces secteurs.

Vous avez également dirigé le projet GovSat, une joint-venture entre l'État luxembourgeois et SES, établie en 2015 pour acquérir, lancer et exploiter un satellite à des fins de communication militaire et gouvernementale. Vous assurez notamment la présidence du conseil d'administration de LuxGovSat SA. En quoi consiste cette mission ?

« Je suis en effet présidente du conseil d'administration, et dans ce cadre, mon rôle est plutôt de veiller à ce que les intérêts de développement stratégique de l'entreprise soient en ligne avec les intérêts des deux actionnaires que sont l'État et SES.

Il s'agit d'œuvrer pour que ces intérêts convergent et permettent un développement harmonieux de la société. Mon rôle tient plus de la concertation pour que soient saisies de nouvelles opportunités entrepreneuriales, le tout en assurant l'intérêt de l'État de fournir une capacité utile dans le domaine de la défense, ceci en tant que membre de l'OTAN.

Comment abordez-vous cette nouvelle nomination au sein de Luxinnovation ?

« Cela fait un peu plus d'un mois que je suis chez Luxinnovation. Pour l'heure, je suis en phase d'écoute.

Même si je connaissais bien les axes de travail, je suis en train de les appréhender davantage et en profondeur en faisant la connaissance des différentes équipes de Luxinnovation, en rencontrant tous nos actionnaires et partenaires, pour bien comprendre les différents métiers et le fonctionnement de l'organisation, la façon dont les projets sont gérés et de quelle manière interagissent tous les acteurs.

Mon objectif est de veiller à un fonctionnement efficace, cohérent et harmonieux de manière à ce que le savoir-faire des équipes de Luxinnovation soit mis en valeur et les ressources de l'organisation mobilisées pour que les objectifs fixés par son conseil de gérance dans le contrat de performance puissent être atteints. ▶



Sasha Baillie a pris officiellement
les rênes de Luxinnovation en mai.

Luxinnovation œuvre, entre autres, au développement économique du Luxembourg en stimulant l'innovation et en attirant les investisseurs étrangers. Pouvez-vous nous donner quelques exemples de services proposés par Luxinnovation ?

« La raison d'être de Luxinnovation est de contribuer au développement économique du Luxembourg, en stimulant l'innovation au sein des entreprises et dans notre tissu économique, ou encore en attirant au Luxembourg les investisseurs étrangers qui nous apportent une réelle valeur ajoutée.

Nous avons donc une mission de sensibilisation des entreprises – des plus grandes jusqu'aux startups – à l'innovation et de soutien, au travers de programmes de financement adaptés, d'accompagnement dans l'établissement de dossiers Recherche, Développement et Innovation (RDI), d'orientation des entreprises

sectoriels du ministère de l'Économie et de Luxinnovation. Nous travaillons en partenariat étroit avec le ministère de l'Économie et la House of Entrepreneurship pour assurer un véritable service au client.

Quelles impulsions souhaitez-vous donner à l'agence ? Avez-vous de nouveaux projets ?

« Je souhaite que Luxinnovation encourage tous les acteurs du développement économique du pays à travailler main dans la main et à unir leurs forces pour faire rayonner à l'international tous les atouts de l'économie luxembourgeoise – de manière ciblée, en fonction des secteurs. En cela, il nous faudra nous assurer que nos services soient davantage compris par les entreprises et les différents partenaires et veiller à ce que les activités soient en ligne avec les objectifs fixés par ses actionnaires. Il s'agit plus particulièrement des objec-

il est évident que la cohérence des messages et du contenu sera assurée avec une aisance naturelle par la combinaison des rôles. Il faut toutefois savoir que le rôle de Luxinnovation est de promouvoir l'image de marque du pays de manière générale, en créant un fil rouge, en s'assurant d'avoir une certaine cohérence dans la manière dont tous les acteurs véhiculent les messages sur notre pays dans leurs domaines respectifs, que ce soit dans le domaine économique, de la culture, ou encore du sport. Le rôle de Luxinnovation est d'assurer la promotion de l'économie du Luxembourg avec des moyens marketing et de communication dans tous les secteurs du développement économique (biotech, logistique, industrie, écotech, etc.).

Créé en 2017, le Conseil du commerce extérieur et des investissements (Trade and Investment Board, TIB) s'est réuni une première fois l'année passée. Sa stratégie et son plan d'action sont mis en place par le Trade and Investment Steering Committee (TISC), dont vous faites également partie. Quel premier bilan pouvez-vous tirer de cette réforme de la promotion économique, et quelles réalisations ont été accomplies depuis le lancement ?

« J'étais en effet présidente du TISC jusqu'à ma prise de fonction à Luxinnovation. J'ai donc pu suivre la mise en place de cette nouvelle stratégie de promotion de l'économie pour le Luxembourg suivant les prescriptions du Trade and Investment Board avec tous les acteurs de la promotion économique du pays, le ministère de l'Économie, la Chambre de Commerce, la Fedil, Luxinnovation, la Chambre de Métiers, le ministère des Affaires étrangères, etc. Au terme de cette première année, nous avons pu clarifier la répartition des rôles des différents acteurs ; que ce soit pour soutenir nos entreprises à accéder davantage aux marchés à l'étranger ou bien qu'il s'agisse d'attirer des entreprises et investisseurs vers le Luxembourg, nous avons fixé des objectifs, défini des actions pour les atteindre, nous avons mené des activités de prospection pour attirer des investisseurs de manière ciblée en fonction de stratégies de développement sectorielles du ministère de l'Économie de façon pertinente pour l'écosystème du pays et, dans le même temps, nous avons tout mis en œuvre pour faciliter aux entreprises l'accès aux marchés internationaux. Pour ce faire, nous nous sommes

“
De nouveaux instruments permettent d'interagir à des niveaux complémentaires grâce aux diverses compétences de tous les partenaires pour promouvoir au mieux l'image économique du pays.
”

vers les programmes pertinents, d'aide à la recherche de financements, qu'ils soient nationaux ou européens. Pour ce faire, nous pouvons aussi nous appuyer sur le savoir-faire de nos *cluster managers*, qui gèrent les clusters sectoriels, et disposent donc de connaissances techniques pertinentes.

Enfin, nous soutenons également le ministère de l'Économie dans la prospection avec nos *business developers* et notre unité de *market intelligence*, qui fournit une veille technologique internationale et guide les responsables sectoriels du ministère et de Luxinnovation vers les opportunités pertinentes pour l'économie luxembourgeoise. Lorsque ce processus de prospection a réussi à faire venir un investisseur vers notre pays, un programme adapté à ses besoins spécifiques est préparé par l'équipe de l'Investor Care Platform de la House of Entrepreneurship sur base des indications fournies par les responsables

tifs de développement économique que le gouvernement, et surtout le ministère de l'Économie, fixe, puisque nous sommes, en quelque sorte, le bras droit du ministère de l'Économie.

À la tête de Luxinnovation, vous continuez d'assurer la présidence du comité de coordination « Inspiring Luxembourg », qui est en charge de la promotion de l'image de marque du Luxembourg. Peut-on envisager des interactions entre les deux missions que vous assurez au sein de Luxinnovation et Inspiring Luxembourg ?

« Tout à fait. Mais des interactions existaient déjà, puisque le responsable Marketing et Communication de Luxinnovation est membre du comité Inspiring Luxembourg. Les visuels de Luxinnovation et des clusters sont ainsi déclinés sur la base de la signature 'Let's make it happen'. Mais



Son poste de cheffe de cabinet adjointe et conseillère diplomatique au ministère de l'Économie a permis à Sasha Baillie de suivre plusieurs dossiers en lien avec la promotion économique du pays.

dotés de moyens qui nous permettent de mieux identifier nos cibles à l'international – tels que la cellule Analyse de marché au sein de Luxinnovation, qui soutient les responsables sectoriels en charge de la prospection et qui assure le lien avec les *cluster managers* respectifs, qui connaissent bien les différents secteurs, ainsi que les éléments-clés des écosystèmes qui nous manquent.

Ceci permet, après avoir identifié ces cibles à l'étranger, d'aller les démarcher avec les équipes du ministère de l'Économie sur le terrain (Luxembourg Trade and Investment Offices, LTIOs) et nos *business developers* secto-

riels. Et enfin, lorsqu'un investisseur souhaite rencontrer différents acteurs à Luxembourg, nous avons mis en place une Investor Care Platform à la House of Entrepreneurship, qui peut élaborer un programme sur mesure pour les investisseurs en fonction des besoins identifiés par les experts sectoriels du ministère de l'Économie et de Luxinnovation et les accompagner dans les différentes étapes de leur projet d'établissement à Luxembourg.

Ces nouveaux instruments permettent ainsi d'interagir à des niveaux complémentaires grâce aux diverses compétences de tous les partenaires pour promouvoir au mieux l'image économique du pays.

Quelle place imaginez-vous que le Luxembourg occupera sur la scène internationale dans 20 ans ?

« Je souhaite que, dans une vingtaine d'années, notre pays soit perçu pour ce qu'il est, à savoir un pays stable, ouvert, multiculturel, efficace et dynamique, où chacun peut réaliser ses projets et innover grâce à un accès aisé à tous les acteurs-clés.

Je voudrais que le Luxembourg ait confiance en lui et qu'il arrête de s'excuser, car nous avons des atouts que d'autres n'ont pas, et nous pouvons, j'en suis sûre, continuer à réaliser des choses exceptionnelles. » ●

« EN AFFAIRES,
TOUT EST
UNE QUESTION
DE BON
TIMING. »





Christiane Wickler à propos
de la newsletter biquotidienne
Paperjam.

8h00

16h00

Déjà plus de 33.000 abonnés
Abonnez-vous sur

PAPERJAM.LU

TINE A. LARSEN

« ASSURER UN ÉQUILIBRE ENTRE GUIDANCE ET CONTRÔLE »

Depuis le 25 mai 2018, le règlement général sur la protection des données est applicable en Europe. Ce nouveau cadre légal établit un régime unique de protection des données remplaçant la directive de 1995 et la loi luxembourgeoise de 2002. Il va avoir un impact sur toutes les entreprises, entraînant de nouvelles obligations et renforçant le pouvoir des autorités de contrôle, telles que la Commission nationale pour la protection des données (CNPD). Rencontre avec Tine A. Larsen, sa présidente.

Entretien : Philippe Heck, conseiller auprès de la Fedil
(Écho des entreprises 03/2018)
Photo : Fedil

Pouvez-vous nous rappeler la mission de la CNPD, et plus particulièrement son rôle issu du règlement général sur la protection des données (RGPD), qui sera d'application dans quelques jours ?

« La CNPD est chargée de vérifier la légalité des fichiers et de toute collecte, utilisation et transmission de renseignements concernant des individus identifiables et doit assurer dans ce contexte le respect des libertés et droits fondamentaux des personnes physiques, notamment de leur vie privée.

L'autorité de protection des données contribue au processus législatif en avisant

des projets de loi ou mesures réglementaires dont la thématique touche à la protection des données. Le travail consultatif de la CNPD ne se limite toutefois pas à ces avis. Elle donne des recommandations aux entreprises, administrations ou associations qui la contactent pour vérifier si leurs traitements de données sont conformes à la loi. Au-delà du simple renseignement, la CNPD est également sollicitée dans le cadre des déclarations préalables des traitements de données. Avec le nouveau règlement européen, ces contraintes déclaratives seront nettement réduites. Les citoyens font aussi appel à la

CNPD lorsqu'ils estiment qu'il y a eu une violation de la loi ou une entrave à l'exercice de leurs droits. Ces plaintes peuvent conduire à des contrôles et investigations.

Le RGPD se caractérise par la mise en place d'une approche dite d'« accountability », c'est-à-dire une responsabilisation des acteurs qui traitent des données personnelles. Il s'ensuit que la CNPD passera d'un système de contrôle a priori vers un contrôle a posteriori. Ce changement de paradigme lui permettra de se concentrer davantage sur sa mission de sensibilisation du grand public et de *guidance* des responsables de traitement de données.

Compte tenu de l'évolution écrasante de la CNPD ces dernières années, comment voyez-vous son évolution future ?

« Nous sommes en train de recruter du personnel additionnel pour faire face aux missions du nouveau règlement. Nous serons à 35 à la fin de l'année 2018, et 49 en 2020.

Nous continuerons notre approche générale, qui consiste à assurer un équilibre entre *guidance* et contrôle. Nous cherchons aussi à sensibiliser au fait que les contrôles n'ont pas pour objectif unique de sanctionner. Ils devront également nous permettre d'identifier les zones d'erreur récurrentes sur la base desquelles nous pourrions élaborer une *guidance* qui aidera les entreprises à s'améliorer.

D'après vous, quels sont les plus grands avantages du nouveau règlement ?

« Un des avantages est qu'il s'agit d'un règlement, et pas d'une directive. Les mêmes règles seront donc directement applicables à tous les acteurs actifs sur le territoire de l'Union européenne. Les disparités qui caractérisaient les modalités de mise en œuvre de l'ancienne directive dans les États membres avaient donné lieu à des incohérences. Le nouveau règlement renforce les droits existants, attribue de nouveaux droits, tels que le droit à la portabilité ou le 'droit à l'oubli', et octroie aux individus une maîtrise accrue de leurs données personnelles. En cas de violation de données grave, les entreprises et organismes publics doivent envoyer une notification à la CNPD et, le cas échéant, aux personnes concernées, dans un délai de 72 heures, afin que les utilisateurs puissent prendre les précautions qui s'imposent. ►

“

Le nouveau règlement renforce les droits existants, attribue de nouveaux droits, tels que le droit à la portabilité ou le 'droit à l'oubli', et octroie aux individus une maîtrise accrue de leurs données personnelles.

”



Tine A. Larsen,
présidente de la Commission
nationale pour la protection
des données (CNPD)

“
La détermination de la CNPD à guider, conseiller et éduquer les institutions sur la façon de se conformer à la loi ne va pas changer sous le RGPD.

”

Très médiatisé depuis un certain temps, est-ce que le règlement constitue pour vous une révolution ?

« Le contenu du règlement n'est pas si révolutionnaire qu'il n'y paraît. Beaucoup des fondamentaux sont connus depuis longtemps. Principe de loyauté, d'exactitude, de sécurité, de minimisation des données et de respect des droits des individus dont les données sont traitées – ce sont tous des principes issus de la directive de 1995, et le RGPD ne cherche qu'à construire sur ces fondements.

Mais ce qui change fondamentalement, c'est que les organisations ne devront plus introduire une notification ou demande d'autorisation préalable pour traiter des données à caractère personnel.

Elles devront contrôler elles-mêmes la légalité de leurs traitements et mettre les garanties adéquates en place pour protéger les personnes concernées. L'effectivité des mesures prises sera contrôlée par la CNPD, avec la possibilité de lourdes sanctions en cas d'infraction.

À partir du 25 mai 2018, il revient aux entreprises elles-mêmes de s'intéresser au RGPD et de se mettre en conformité.

À tout moment, elles devront être capables de démontrer la pertinence et l'adéquation des mesures techniques et organisationnelles mises en œuvre pour garantir le respect des obligations introduites par le règlement.

Le règlement impose, sous certaines conditions, la nomination obligatoire d'un data protection officer. Quel rôle joue-t-il dans la mise en conformité de l'entreprise ?

« Le délégué à la protection des données joue un rôle important dans la mise en conformité de l'entreprise.

Il doit notamment s'informer sur le contenu des nouvelles obligations ; sensibiliser les décideurs sur l'impact de ces nouvelles

règles ; réaliser l'inventaire des traitements de données ; concevoir des actions de sensibilisation ; piloter la conformité en continu.

Sa charge de travail peut varier en fonction de nombreux facteurs (taille de l'organisation, nombre de données traitées, type de données, etc.).

Il ne s'agit donc pas forcément d'un poste à plein temps. Une personne peut dans certains cas aussi assurer cette fonction à côté de ses tâches principales, ou le responsable de traitement peut s'adjoindre un DPO externe à son organisme.

À l'égard des sanctions lourdes et des incertitudes de nombreuses entreprises en la matière, quelle est la position de la CNPD après cette date redoutée du 25 mai ?

« Il est vrai que la CNPD aura maintenant le pouvoir d'imposer des sanctions financières, ce qu'elle ne pouvait pas faire avant. Il est vrai que les entreprises craignent le maximum de 20 millions d'euros, ou 4 % du chiffre d'affaires annuel mondial autorisé sous la nouvelle législation.

Mais c'est alarmiste de suggérer que nous allons marquer des premiers exemples avec des institutions pour des violations mineures ou que les amendes maximales deviendront la règle. La détermination de la CNPD à guider, conseiller et éduquer les institutions sur la façon de se conformer à la loi ne va pas changer sous le RGPD. Nous préférons la carotte au bâton.

Des amendes lourdes pour des violations sévères reflètent l'importance de la protection des données au 21^e siècle. Mais nous avons l'intention d'utiliser nos pouvoirs de façon proportionnée et judicieuse.

Nous comptons sanctionner chaque infraction au cas par cas, en évaluant la gravité des faits, l'ampleur de la violation, des dommages, du nombre de personnes touchées, etc.

Le RGPD exige que les sanctions soient 'effectives, proportionnées et dissuasives' – ceci implique que la taille, le niveau de risque et les moyens d'une entreprise pour se mettre en conformité soient pris en compte. Il est clair que nous serons moins tolérants avec de grands organismes disposant d'amples ressources qu'avec des petites entreprises avec des moyens plus limités.

Comment voyez-vous concrètement le rôle du Comité européen de la protection des données, qui remplace depuis le 25 mai le groupe de travail « G29 » ?

« L'EDPB est un organe de l'UE qui possède la personnalité juridique et aura des pouvoirs plus étendus que le groupe de travail 'G29'.

Le RGPD lui confie notamment la mission d'adopter des décisions contraignantes envers les autorités de contrôle nationales afin de garantir une application cohérente de ses dispositions.

“

Nous sommes en train de recruter du personnel additionnel pour faire face aux missions du nouveau règlement.

”

L'EDPB peut aussi adopter des documents d'orientations générales afin de clarifier les dispositions des actes législatifs européens en matière de protection des données et, de cette manière, fournir aux acteurs concernés une interprétation cohérente de leurs droits et obligations.

Le groupe de travail peut également conseiller la Commission européenne sur toute question liée à la protection des données à caractère personnel et sur les nouvelles propositions de législation dans l'Union européenne ; adopter des conclusions relatives à la cohérence sur des questions de protection de données transfrontalières ; et promouvoir la coopération, ainsi que l'échange efficace d'informations et de bonnes pratiques entre les autorités de contrôle nationales. » ●



MAISON MODERNE®

Édition | Agence | Régie | Business Club

CDI:

Chargé de Clientèle Senior (H/F)

Graphic Designer (H/F)

Journaliste Politique (H/F)

Réalisateur Vidéo (H/F)

Stages:

Chargé d'études marketing (H/F)

Graphic Design / Illustration (H/F)

**Production Assistant
(Paperjam Guide) (H/F)**

Programmation Événementielle (H/F)

Relationship Management (H/F)

Video Maker (H/F)

Découvrez nos offres d'emploi sur
maisonmoderne.com

 **care**® 10 ans de solidarité
luxembourgeoise en action



dayCARE 2018 :
Can you
feel the change?



Le 24 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



Avec le soutien de



Sous le patronage de



YVES BACK

MORPHÉE DANS LES BRAS D'OSCAR

Un matelas vendu en ligne, livré comprimé et roulé : l'idée née aux États-Unis débarque au Luxembourg à l'initiative d'Oscar, une startup fondée en janvier 2016 par trois associés aux profils complémentaires, décidés à bousculer le marché traditionnel de la literie. Leur pari : proposer un matelas de grande qualité qui répond aux besoins de la plupart des anatomies, à un prix abordable.

Texte : Marie-Hélène Trouillez

Photos : Laurent Antonelli / Agence Blitz ; Arthurs-H / Oscar Sleep

Comment avez-vous été amené à vous lancer dans l'industrie des matelas ?

« Le principe de conception et de distribution d'un matelas unique et de qualité répondant aux exigences d'un sommeil sain et confortable, vendu uniquement par l'intermédiaire du site de vente en ligne de la marque, nous vient tout droit des États-Unis ! L'idée est partie de plusieurs constats. En effet, l'achat d'un matelas n'est pas très drôle et son acquisition s'apparente à un parcours du combattant. Il y a une multiplicité inutile de choix, de compositions et de technologies. Les prix sont opaques et la comparaison entre les différentes enseignes de distribution, quasi impossible. L'essai du matelas avant achat est très succinct, or, tester un matelas en quelques minutes en magasin ne sert à rien. Le consommateur est perdu dans l'offre de matelas durs ou mous, à mousse, à ressorts, à mémoire de forme, avec des prix très variables et qui fluctuent au gré des soldes et des ristournes. Enfin, ce n'est un secret pour personne, les vendeurs préconisent le matelas sur lequel la marge bénéficiaire est la plus importante ! Il fallait simplifier et dépoussiérer l'achat d'un produit sur lequel nous passons en moyenne un tiers de notre vie et qui influe sur le déroulement de notre journée, avec des conséquences sur notre santé.

Quelle est la distribution des rôles au sein d'Oscar ?

« Nous sommes trois fondateurs et associés, avec des profils très complémentaires qui font le succès d'Oscar. Kinésithérapeute de formation, Pascal Doto est le CPO (*chief product officer*). Il est en charge de la recherche

de l'équilibre entre contraintes médicales, anatomiques et économiques. Face à la croissance des maux de dos, amplifiée par une mauvaise récupération souvent liée à une literie peu adaptée, il a mis au point Oscar, en collaboration avec des fabricants spécialistes du matelas. Antoine Winants est notre CIO (*chief information officer*) et le site a été élaboré sous sa responsabilité. Passionné de stratégies d'acquisition de trafic sur internet, notamment via le développement de sites web, le positionnement sur les moteurs de recherche et la visibilité sur les réseaux sociaux, il booste la présence marketing et commerciale de la marque Oscar sur la toile. Quant à moi, je suis le CEO (*chief executive officer*) et je suis issu du monde de l'affichage publicitaire. Nous ciblons les particuliers de 25 à 70 ans et nous communiquons essentiellement par le biais des réseaux sociaux, sur Google et dans les magazines spécialisés ou non. L'équipe s'est étoffée rapidement avec l'embauche de plusieurs nouveaux collaborateurs free-lance et Oscar compte aujourd'hui six personnes. Nous avons une personne multilingue en charge du *call center*, puis un développeur et un infographiste, et nous avons réalisé nos premières ventes de matelas en octobre 2016.

Le marché des matelas est-il en pleine mutation ?

« Cet important marché est effectivement aux portes d'une véritable révolution. Au Luxembourg, nous estimons qu'il se vend jusqu'à 100.000 matelas par an. L'offre dominée durant des années par de grandes marques de literie ne répond plus aux exigences de transparence des consommateurs d'aujourd'hui. Le succès de nos concurrents, tous très jeunes, le

prouve... Tuft & Needle ou Leesa, par exemple, lancées respectivement en 2012 et 2014 aux États-Unis, ou les britanniques Eve Sleep, qui a vendu ses premiers matelas en février 2015, et Simba, créée en février 2016, mais aussi Emma, fondée en Allemagne en 2014, ou encore Tediber, la marque française qui commercialise son matelas depuis l'été 2015, pour n'en citer que quelques-uns, proposent un achat simplifié pour des matelas vendus en ligne au juste prix.

Comment la société Oscar se différencie-t-elle face à cette concurrence ?

« Oscar est la première startup au Benelux à commercialiser un matelas universel en ligne. Le matelas Oscar est garanti 10 ans et proposé en huit tailles. Il est également possible de commander des tailles hors norme. Nous proposons aux consommateurs de tester le matelas pendant 100 nuits avant de se faire un avis définitif. Nous avons élaboré un matelas universel pouvant convenir à 95 % de la population, grâce aux conseils de spécialistes. Le matelas Oscar a réussi l'exploit de produire une impression de souplesse tout en offrant un soutien ferme et des zones de confort étudiées avec soin par des experts. En l'espace d'un an et demi, le matelas a subi une soixantaine de modifications avant sa commercialisation. Nous sommes actuellement en pourparlers avec la société belge Eupen AG, qui produit depuis plus de 50 ans des produits innovants à base de mousse de très haute qualité. Plusieurs étapes de prototypage, des phases de tests, d'ajustements et d'essais en situation ont été nécessaires à la fabrication des matelas Oscar. Ils sont confectionnés à partir de matériaux sains et responsables certifiés qui réunissent des textiles premium hypoallergéniques et anti-acariens, du latex en partie naturel microperforé, de la mousse HR écologique et innovante à base d'huile de ricin pour soulager les articulations, de la mousse à mémoire de forme avec injection de perles de gel pour procurer de la fraîcheur, plusieurs zones de confort constituées de mousse haute résilience au cœur du matelas pour soutenir le squelette. La mousse à mémoire de forme offre une indépendance de couchage : lorsque vous bougez, votre partenaire ne sent rien. Notre produit s'adapte ainsi au poids, à la taille et aux habitudes de sommeil des consommateurs. ▶



En avril 2016, Yves Back (à gauche) a lancé avec Antoine Winants (au centre) et Pascal Doto la startup Oscar, une société qui livre votre matelas devant votre porte.



L'équipe d'Oscar au grand complet avec, de gauche à droite : Stéphanie, chargée d'expérience client; Yves, administration et communication; Adeline, mannequin d'un jour; Lara, stagiaire; Diego, développeur web; Pascal, produit et logistique; Antoine, référencement et communication digitale, et Stella, kinésithérapeute.

La livraison est gratuite dans un délai de 24 heures à 5 jours. Enfin, dans un souci de solidarité, si le consommateur n'est pas satisfait, nous reprenons le matelas et nous remboursons nos clients intégralement avant d'offrir le matelas à une association caritative. Actuellement, nous travaillons avec une association belge et nous nous sommes rapprochés d'une association ayant son siège au Luxembourg et s'occupant de personnes nécessiteuses. Jusqu'à présent, nous n'avons eu qu'1 % de retours, contre 5 % aux États-Unis.

Quels sont les principaux facteurs de réduction des coûts ?

« La commercialisation du matelas Oscar se fait directement en ligne. Ce système a pour avantage de supprimer tous les frais fixes et marges d'intermédiaires plus ou moins spécialisés et gourmands. Il n'y a ni magasins ni vendeurs. Nos frais de livraison sont réduits, les matelas étant livrés roulés et compressés sous vide dans une boîte en carton. Nous misons sur ce modèle économique qui nous permet de diminuer nettement nos coûts commerciaux et de distribution, ce qui a évidemment un impact direct sur le prix du matelas. Le prix de vente pour un matelas de 180 cm sur 2 m est de 825 euros. Il faut compter 475 euros pour un matelas de 90 cm sur 2 m avec un prix moyen de 600 euros et huit tailles au choix. Nous ne pratiquons pas de politique de prix cassés ni aucune vente de liquidation pour éviter toute confusion ! Nos matelas sont livrés au juste prix ! Enfin, en réduisant le nombre de modèles et de composants, Oscar minimise

le coût des achats de matières et de la production, ce qui influe sur le prix de vente. Nous réalisons également des gains lors du stockage, car nous produisons à la commande. Au final, le rapport qualité/prix du matelas Oscar est plutôt séduisant.

Pourquoi créer votre activité au Luxembourg ?

« Nous sommes tous originaires de la Grande Région, et même si le site de production des matelas est localisé en Belgique, le siège de la société est au Luxembourg et la distribution sera bientôt effectuée à partir du Grand-Duché. Nous sommes actuellement en discussion avec une société de transport au Luxembourg. Nous apprécions la performance locale en matière de logistique. Plusieurs entreprises d'e-commerce ont d'ailleurs leur siège au Luxembourg. De plus, le soutien apporté aux startups est très appréciable. Nous avons reçu l'aide de Luxinnovation, qui nous conseille actuellement pour une levée de fonds. Oscar est une entreprise saine et a atteint le point mort six mois après sa création, mais nous devons trouver les bons investisseurs. Les fonds serviront à financer une campagne publicitaire sur Google, d'affichage sur les bus, télévisée ou à la radio, propre à booster les ventes.

Quels sont vos objectifs et projets ?

« Nous vendons actuellement 150 matelas par mois et nous tablons sur 300 matelas vendus fin 2018 pour un chiffre d'affaires prévisionnel de 1 million d'euros. D'ici trois ans, nous espérons pouvoir atteindre les 3.000 mate-

las vendus au Benelux. Dans quelques mois, nous envisageons d'ouvrir un show-room à Luxembourg-ville qui s'apparentera plus à un pop-up store pour une durée de six mois et pour des raisons de communication essentiellement. Un conseiller sera présent sur place et les clients pourront commander leur matelas sur des bornes placées dans le show-room. Nous examinons également avec l'aide d'une agence de communication basée au Luxembourg la possibilité d'implanter un espace détente dans les entreprises. Oscar doit poursuivre sa croissance avec de nouveaux produits. D'ici un an, nous allons nous lancer dans la fabrication et la livraison de sommiers pliables et d'oreillers universels. En effet, un oreiller présente plusieurs défis à relever selon les positions adoptées pendant la nuit. Notre choix se portera sur un oreiller livré en kit, où l'utilisateur pourra retirer les couches qu'il souhaite, après essai.

Que préférez-vous dans votre métier ?

« Je suis à l'origine d'une société spécialisée en affichage publicitaire active depuis plus de 20 ans au Grand-Duché et dans les pays frontaliers. Avec Oscar, je reste dans le secteur de la communication, mais avec un produit différent et une activité industrielle. Je n'ai pas l'impression d'être un simple vendeur de matelas, mais plutôt d'avoir créé une marque et réinventé le métier, de sa fabrication à sa distribution.

Auriez-vous un conseil à donner à un candidat entrepreneur ?

« Il est préférable de ne pas se lancer seul, d'échanger et de parler avec des personnes de confiance. En ce qui nous concerne, nous n'avons pas été confrontés à trop de difficultés. Avec un peu de recul, nous aurions tout de même dû commencer par une levée de fonds, au moyen d'une campagne de financement participatif, par exemple, pour nous donner les moyens de nous développer plus rapidement. » ●

www.oscarsleep.com

Consultant agréé
Luxinnovation FIT4DIGITAL

Accompagnement &
Optimisation de
vos Investissements
(Jusqu'à 50% du budget)

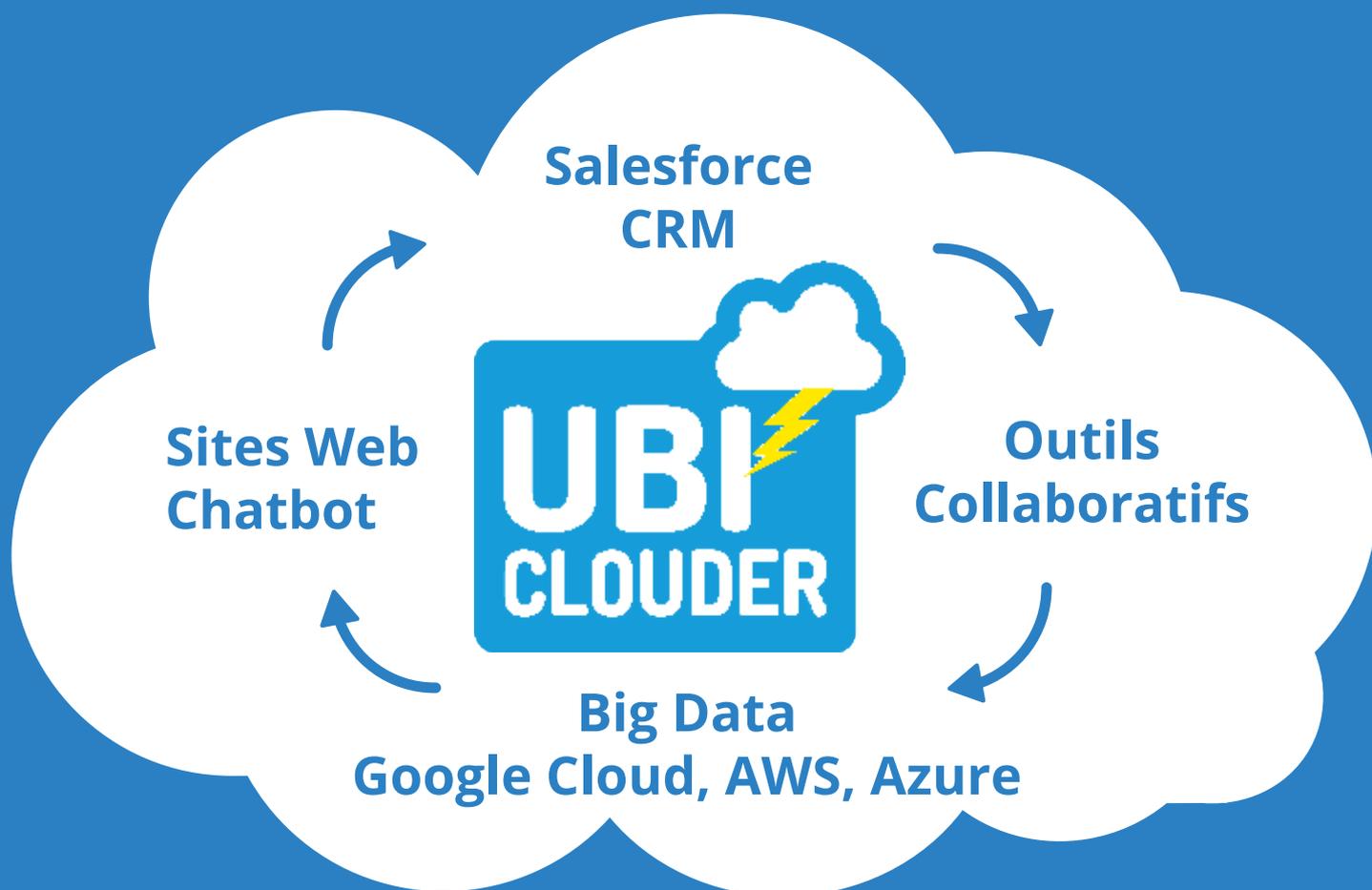
L'offre Multicloud au service de l'innovation...

Augmentez votre productivité et vos ventes !

Des nouveaux **Outils Collaboratifs**

Des services web **24h/24h 365 jours par an** avec un nouveau Site web et un chatbot

Une notoriété à travers **des automatismes sur les réseaux sociaux**



GEORGES WARINGO

PULSA PICTURES : LE CHOC DES IMAGES

Fasciné depuis tout jeune par les images animées et le pouvoir de la narration audiovisuelle, Georges Waringo n'a jamais imaginé autre parcours professionnel que celui de producteur et réalisateur de films. Autodidacte passionné par son métier, il a rapidement réussi à positionner sa société Pulsa Pictures sur le marché très concurrentiel de la production audiovisuelle.

Texte : Patrick Ernzer - Photos : Laurent Antonelli / Agence Blitz

Pour quelle raison vous êtes-vous lancé dans la production audiovisuelle ?

« Enfant, j'ai réalisé mes premiers clips en 'stop motion' (animation image par image) sur ma Game Boy qui était à l'époque équipée d'une caméra digitale rudimentaire. J'ai ensuite acheté ma première 'vraie' caméra vidéo digitale avec l'argent que j'avais gagné en taillant les haies du voisin avec un ami. Nous nous sommes amusés à tourner de courtes vidéos juste pour le fun. Remarquable ma passion pour le tournage, mes amis m'ont offert pour mon 16^e anniversaire un des premiers logiciels de montage disponibles sur PC. Équipé de la sorte, j'ai rapidement approfondi mes connaissances en matière de réalisation et de montage. C'est surtout l'aspect 'storytelling' qui m'a passionné et, pour moi, il était tout à fait évident que j'allais un jour en faire mon métier. Après la 13^e, j'ai réalisé mes deux premiers longs métrages amateurs (*Near You, Meet Myself*), puis j'ai entamé des études universitaires. Lorsque RTL m'a approché pour m'offrir un poste d'opérateur caméra, j'ai décidé d'arrêter mes études et de me lancer dans la vie professionnelle. Ce poste chez RTL m'a permis de faire mes premières armes dans le monde audiovisuel avant de me lancer comme indépendant.

Comment avez-vous vécu vos débuts en tant que professionnel ?

« Honnêtement, les débuts ont été très difficiles. Après mon passage chez RTL, je suis passé par la case 'intermittent du spectacle' avant de m'installer comme professionnel de l'audiovisuel. Même si depuis lors la situation a beaucoup évolué, il y a 10 ans, la création d'une entreprise n'était pas vraiment facile pour un entrepreneur débutant. Il n'existait pas de guichet unique pour vous conseiller

et vous accompagner dans vos démarches. Aujourd'hui, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers proposent un accompagnement efficace aux jeunes créateurs, mais à l'époque, faire toutes les démarches administratives n'était pas évident.

Quelles ont été les étapes marquantes de votre parcours ?

« L'ouverture de mon premier bureau à Kayl en 2011 a certainement été une étape très importante, puisque le fait de disposer de son propre espace de travail permet de mieux organiser ses projets et structurer son entreprise. Le recrutement peu après d'un premier collaborateur en la personne de Marc Lazzarini et puis Steve Kugener a constitué une autre étape importante. Son arrivée nous a permis de travailler de manière encore plus professionnelle et nous a donné le sentiment d'être vraiment aux commandes d'une petite entreprise. Ensuite, les affaires se sont rapidement développées et nous avons dû chercher de nouveaux bureaux puisque ceux de Kayl ne pouvaient accueillir que trois personnes. Nous avons finalement trouvé nos nouveaux bureaux, qui offrent une capacité de 13 postes de travail, à Roeser, où nous nous sommes installés en début d'année avec notre nouveau collaborateur Marc Simon.

En tant que créatif, vous êtes constamment à la recherche d'idées pour vos clients. Où trouvez-vous vos idées ?

« Les idées me viennent souvent dans mon lit, sous la douche, pendant des promenades, voire même pendant des parties de fléchettes. Pour que les idées puissent surgir, il est tout à fait essentiel d'être capable de se libérer la tête, de ne pas penser à ses soucis quotidiens. Il est dans la nature des idées qu'elles se manifestent spontanément

et donc à des moments où vous ne les attendez pas forcément. D'où l'importance de garder un esprit ouvert, même si je m'efforce de délimiter clairement le cadre d'un projet lors de la phase de préparation au bureau.

Selon vous, quelles qualités doit avoir un entrepreneur ?

« En tant qu'entrepreneur, vous devez toujours garder un œil sur ce que font vos confrères, observer les tendances du marché et suivre l'évolution technologique, qui peut parfois être très rapide dans le secteur audiovisuel. Ensuite, il est important d'être patient, de respecter les réglementations en vigueur et de respecter votre client. Il ne sert à rien de courir, mais il faut, au contraire, miser sur la qualité et prendre le temps nécessaire pour établir une relation de confiance avec vos clients. Il faut aussi avoir un certain sens du marketing.

Un souvenir professionnel dont vous êtes particulièrement fier ?

« Il n'y a pas forcément un souvenir en particulier qui me vient à l'esprit, mais plutôt toute une série, puisqu'à chaque fois qu'un client est satisfait de votre travail, cela vous emplit de joie et de satisfaction. C'est un plaisir récurrent, qui vous anime à toujours essayer de faire mieux. Pas plus tard qu'hier, le ministre de l'Intérieur, Dan Kersch, a présenté la nouvelle campagne de sensibilisation #Respekt112 en réaction à l'amplification des actes d'incivilité et de violence commis à l'encontre des agents des services de secours. La campagne a été accueillie très positivement, et le ministre en personne nous a félicités pour le travail réalisé. Ce sont évidemment des moments de grande satisfaction professionnelle.

Mais nous sommes tout aussi ravis lorsque nous parvenons à satisfaire un client sur des projets qui sont financièrement moins ambitieux et sur lesquels nous devons composer avec moins de moyens et faire preuve d'inventivité. C'est justement cette variété de clients et de projets qui rend notre métier passionnant.

Quels sont les défis dans votre profession ?

« Le facteur temps est clairement le défi numéro 1. Une journée ne compte que 24 heures, et le grand défi consiste à bien ▶



Autodidacte, Georges Waringo a découvert sa passion de l'audiovisuel en réalisant des courts et longs métrages amateurs avant de se lancer dans la production professionnelle de spots publicitaires et d'images animées.

L'équipe Pulsa Pictures au complet (de g. à dr.):
Marc Simon, Georges Waringo, Marc Lazzarini et Steve Kugener



préparer son plan de travail pour être aussi efficace que possible. En tant que chef d'entreprise, il faut être entouré d'une excellente équipe pour pouvoir gérer efficacement ses affaires. Être en mesure de faire entièrement confiance à son équipe est absolument essentiel pour la réussite d'un projet d'entreprise.

Comment imaginez-vous votre entreprise dans 10 ans ?

« Avant toute chose, je souhaite maintenir une taille humaine. Même si nous allons certainement encore renforcer nos équipes et approfondir notre savoir-faire technologique, je souhaite que nous gardions une taille qui nous permette de continuer à entretenir des relations personnelles avec nos clients. Nous accordons beaucoup d'importance au contact direct avec le client et ne souhaitons pas nous transformer un jour en une usine d'images dépersonnalisée.

Êtes-vous tenté de refaire - comme à vos débuts - des films pour le grand écran ?

« Si cela ne tenait qu'à moi, je recommanderais demain. Or, la réalisation d'un long métrage indépendant et autofinancé exige

beaucoup de sacrifices et n'est pas forcément compatible avec la responsabilité de chef d'entreprise. Celle-ci exige, en effet, un engagement total pour la bonne marche de l'entreprise et de ses employés.

Vous venez de lancer une nouvelle activité...

« Je viens de lancer avec Klot Kieffer, ancien directeur Marketing chez Concept+Partners, une nouvelle société qui porte le nom de Hype et qui est spécialisée dans le marketing sur les médias sociaux. Il s'agit en fait d'une activité complémentaire à celle de Pulsa, puisque nous ne voulons plus nous contenter de concevoir et produire des contenus audiovisuels, mais nous souhaitons aussi être en mesure d'accompagner nos clients dans la diffusion des contenus réalisés. C'est un marché à grand potentiel, notamment dans le secteur horeca.

Vous préparez aussi le lancement d'une nouvelle émission web...

« Cette nouvelle émission mensuelle s'appellera *Popcorn* et aura un concept totalement inédit au Luxembourg puisqu'elle sera diffusée exclusivement sur les réseaux

sociaux et se présentera sous forme d'interviews menées de façon très décontractée. L'humour sera au rendez-vous, mais ce n'est pas pour autant que le contenu sera léger. L'émission parlera de technologie, de culture, d'économie et de sujets à la mode, dont certains seront traités plus en profondeur. L'originalité de l'émission viendra du ton employé par l'animateur et de l'angle choisi pour éclairer les sujets.

Un conseil aux personnes souhaitant tenter l'aventure de l'entrepreneuriat ?

« Je leur conseillerais de faire des études. Dans notre secteur, il ne suffit pas de disposer d'un savoir-faire technique, mais il faut aussi s'informer sur les différents aspects de la gestion d'une entreprise, afin de disposer d'un solide bagage avant de se lancer. Pas besoin d'être expert en comptabilité, en marketing, en gestion de ressources humaines, etc., mais il faut avoir des notions de base dans toutes les matières touchant à la vie d'une entreprise. Il faut ensuite essayer de s'encadrer de collaborateurs aux compétences complémentaires. » ●

www.pulsa.lu



TALENT CHECK ✓

DÉTECTEUR DE TALENTS

Building your future together!

Un apprenti(ssage) peut être la clé de votre prochain succès...

Renseignez-vous au sujet du TalentCheck sur winwin.lu et ouvrez-vous les portes vers l'apprentissage, ou découvrez de nouveaux talents en tant qu'entreprise formatrice.

Inscription et information sur :

winwin.lu



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Éducation nationale,
de l'Enfance et de la Jeunesse



CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

by
**WIN
WIN**

SUCCESS STORY

VINCENT NIZET

BAIGNOIRES À HAUT NIVEAU DE SERVICE

Une baignoire peut être bien plus qu'une baignoire. C'est le cas des modèles fabriqués par la société Elysée Concept à Troisvierges. Cette PME innovante propose une gamme de baignoires thérapeutiques qui intègrent plusieurs fonctionnalités destinées au traitement de certaines pathologies ou à offrir des pauses bien-être à certains patients : la balnéothérapie, mais aussi la chromothérapie, l'aromathérapie ou encore la musicothérapie. Rencontre avec Vincent Nizet, directeur opérationnel.

Texte : Catherine Moisy

Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Quelles sont l'origine et l'histoire des baignoires Elysée Concept ?

« L'histoire des baignoires est liée à celle du groupe INR (Innovation-Nouveauté-Recherche), dont Elysée Concept est une filiale. À l'origine du groupe, il y a Léonard Bodson, qui crée une ferronnerie d'art en Belgique en 1976. Son fils Philippe reprend la gestion de l'entreprise familiale en 1989. Il développe l'activité de chaudronnerie industrielle et de construction métallique. Cette même année 1989, lors d'un voyage en Suisse, Philippe Bodson rencontre fortuitement un inventeur un peu fou qui tente de mettre au point une baignoire médicale dotée d'une porte automatique rétractable. Le concept est totalement novateur et répond clairement aux besoins des personnes à mobilité réduite. Philippe Bodson achète donc le brevet et intègre ces baignoires aux activités du groupe familial, le lien étant leurs châssis métalliques, qui sortent des ateliers Bodson.

Plusieurs années de recherche et développement seront encore nécessaires avant de mettre au point le produit performant et hautement technologique que l'on connaît aujourd'hui. En 1999, les installations situées en Belgique, devenues trop petites, ne permettent plus de travailler dans de bonnes conditions. C'est à ce moment-là que l'op-

portunité se présente de construire un site complètement neuf à Troisvierges, où le groupe INR relocalise ses activités.

C'est une étape importante qui a permis d'absorber la croissance et d'offrir à Elysée Concept des infrastructures modernes, adaptées à la fabrication de dispositifs médicaux, pour lesquels les niveaux d'exigence sont très élevés.

Vous-même avez rejoint l'entreprise il y a un an, après avoir travaillé dans d'autres entreprises innovantes (virtualisation 3D, générateur de vagues pour piscines, pompes à insuline...). Qu'est-ce qui vous a attiré chez Elysée Concept ?

« En fait, j'avais déjà eu l'occasion de travailler pour la société il y a 10 ans, en tant que consultant extérieur. Lorsque Philippe Bodson m'a recontacté pour prendre en charge le développement de l'activité à l'export et ensuite la gestion opérationnelle de la société, je n'ai pas hésité, car j'ai mesuré combien la faculté d'adaptation et le chemin parcouru par l'entreprise en 10 ans avaient été importants. Cette entreprise a réussi à passer d'un produit unique à une gamme complète ; elle possède une équipe extrêmement motivée ; la chaîne de montage est moderne et efficace ; le show-room de Troisvierges est splendide et s'avère être un

excellent outil de formation pour nos revendeurs et nos techniciens ; les procédures internes sont efficaces et l'organisation est très professionnelle ; les produits sont non seulement innovants, mais d'une grande fiabilité, ce qui est fondamental quand on travaille dans le secteur du bien-être médical ; enfin, l'appartenance à un groupe familial a achevé de me convaincre.

Est-ce qu'il restait encore des challenges pour vous ?

« Oui, il y en a toujours. Mes principales missions concernent la stratégie d'expansion à l'international. Je dois notamment trouver de nouveaux partenaires pour la distribution de nos produits et renforcer les partenariats existants. Nous nous appuyons en effet sur un réseau de revendeurs pour pouvoir proposer nos produits sur de nouveaux marchés.

Or nos produits sont complexes et relativement coûteux. Ils doivent être parfaitement présentés pour que l'utilisateur final, principalement des instituts médicaux (*hôpitaux et cliniques, maisons de retraite, maternités, centres de révalidation ou encore centres psychiatriques, nldr*), puisse comprendre le retour qu'il peut attendre en investissant dans nos équipements. Il y a donc toute une pédagogie à développer pour leur vente et également une excellente qualité de service à déployer, ce qui fait que nous sommes très exigeants sur l'implication de nos partenaires distributeurs. ▶

Quelques faits et chiffres

- Elysée Concept représente **12 %** du chiffre d'affaires du groupe INR Bodson ;
- **150** baignoires sont vendues chaque année ;
- La baignoire Batéa, avec porte rétractable, créée en **1989**, est unique au monde ;
- La gamme comprend **4** modèles ;
- **6** distributeurs en Europe ;
- **95 %** du chiffre d'affaires est réalisé à l'export ;
- **99 %** du chiffre d'affaires est réalisé avec des institutions médicales ;
- L'effectif de l'entreprise est composé de **8** personnes ;
- La plus ancienne des baignoires a été installée il y a **25** ans et est toujours utilisée.

“

La majeure partie de nos innovations est le reflet d'échanges et de partage d'expériences avec nos clients distributeurs et les utilisateurs.

”



Vincent Nizet : « Lorsque Philippe Bodson m'a contacté pour prendre en charge le développement de l'activité à l'export et ensuite la gestion opérationnelle de la société, je n'ai pas hésité, car j'ai mesuré combien la faculté d'adaptation et le chemin parcouru par l'entreprise en 10 ans avaient été importants. »



Le show-room d'Elysée Concept est à la fois un bel outil de vente et un centre de formation performant pour les revendeurs de la marque.

Comment créez-vous de nouveaux produits ? Par quoi vos innovations sont-elles inspirées ? Et à quel rythme innovez-vous ?

« La majeure partie de nos innovations est le reflet d'échanges et de partage d'expériences avec nos clients distributeurs et les utilisateurs. C'est grâce à eux que nous évoluons. Par exemple, nous recueillons les retours d'expérience des sages-femmes des maternités équipées de nos produits.

Nous entretenons des liens étroits avec nos fournisseurs, qui contribuent également à l'évolution de nos produits. Nous sommes notamment très attentifs à leurs innovations technologiques dans les domaines de la plasturgie, des traitements de surface, de la désinfection, de la robinetterie... Nous sommes en train d'étudier un revêtement antibactérien développé par l'un d'entre eux. Nous sommes sans cesse en recherche d'innovations. Cela fait partie de notre quotidien. Par contre, nous sommes obligés de faire des choix, car nous ne pouvons pas financer toutes les innovations en même temps. Certaines innovations sont dictées par des évolutions de normes. Elles sont donc prioritaires, mais d'autres sont également nécessaires pour conserver notre avance concurrentielle. Enfin, certaines innovations répondent à des spécificités de marchés locaux. Nous respectons la norme européenne Medical Device qui est très stricte et nous permet d'aborder de nombreux marchés, mais il arrive qu'il faille

changer une pièce pour être conformes à certaines réglementations. En fait, chacune de nos baignoires est unique, car fabriquée sur commande pour répondre aux besoins particuliers de son utilisateur.

Comment choisissez-vous vos marchés cibles et comment vous faites-vous connaître de vos prospects ?

« Nous ciblons les marchés où il y a déjà une certaine concurrence, car cela signifie que le marché est mature pour nos produits. Nous avons évidemment commencé par travailler les marchés les plus proches du Luxembourg géographiquement. Nous travaillons beaucoup avec les différents Luxembourg Trade and Investment Offices à travers le monde ou les agents de l'Awex (agence wallonne à l'exportation) et nous participons à des salons. C'est par exemple au salon Arab Health, organisé en janvier à Abu Dhabi, que nous avons rencontré notre partenaire émirati.

Quelles sont les principales difficultés de votre secteur ?

« Notre difficulté numéro un est de trouver de bons partenaires pour la distribution de nos produits. Nous recherchons des gens proactifs qui ne vont pas se contenter de rajouter nos produits à leur catalogue, mais vont réellement aller démarcher des institutions susceptibles d'être intéressées et qui vont pouvoir leur expliquer tous les avantages de nos produits et les bienfaits thérapeutiques

que l'on peut en attendre. De notre côté, nous sommes prêts à leur apporter tout le soutien nécessaire. Nous pouvons les accompagner pour rencontrer du personnel médical ou des directeurs d'achat, pour écouter et comprendre les besoins de ceux-ci et pour utiliser les bons arguments par rapport à ces cibles et les convaincre que nos produits peuvent donner un véritable avantage concurrentiel aux institutions qui vont les adopter. En contrepartie, nous attendons des distributeurs une véritable implication par rapport à notre gamme. S'ils sont prêts à acheter une baignoire de démonstration, à suivre nos formations et à se déplacer à notre show-room au Luxembourg, alors nous pouvons considérer qu'il s'agit de candidats sérieux.

Quelles sont vos perspectives d'avenir ?

« En 2018, nous aimerions finaliser des partenariats avec quatre nouveaux distributeurs pour aborder des marchés sur lesquels nous ne sommes pas encore présents : l'Irlande et l'Écosse, l'Espagne, la Pologne et les Émirats arabes unis. Avec ces nouveaux marchés et le développement de ceux où nous vendons déjà (*Luxembourg, France, Pays-Bas, Belgique, Allemagne, Italie et Grande-Bretagne, ndr*), nous pensons pouvoir doubler ou tripler le nombre de baignoires vendues chaque année. Nos locaux et nos équipes sont en mesure d'absorber une telle progression. » ●

www.elyseeconcept.com

Les **meilleurs candidats**
n'ont souvent qu'un défaut.
Ils **sont déjà en poste.**

Heureusement, ils lisent tous *Paperjam*

PAPERJAM.JOBS

Le job-board de ceux qui ne vont pas sur les job-boards

SUCCESS STORY

CARINE SMETS

ASSORTIMENT SÉLECTIF

Lancé en 1986 et savamment développé depuis, le groupe familial Smets met à disposition de ses clients des espaces uniques au Luxembourg où art, mode et design coexistent de façon singulière et inattendue. Coups de cœur et talents émergents sont au rendez-vous, aux côtés de maisons établies et de créateurs internationaux. Dans la famille Smets, Pascaline, la fille aînée, est désormais directrice artistique. Rencontre avec Carine, la fondatrice, à l'origine de la première boutique et du développement du groupe.

Texte : Catherine Moisy

Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Qu'est-ce qui a poussé deux scientifiques comme vous et votre mari à se lancer dans le commerce ?

« Nous sommes arrivés au Luxembourg quand Thierry, mon mari, est venu y installer un cabinet vétérinaire. De mon côté, je n'envisageais pas de rester à la maison. Ayant plusieurs enfants, j'avais fait le constat que je ne trouvais pas de vêtements à mon goût pour les habiller. J'ai très vite ouvert un premier magasin, spécialisé dans les vêtements pour enfants, à Bereldange, à la fin des années 1980. J'ai adoré cette activité commerciale, qui en effet était très nouvelle pour moi qui avais évolué précédemment dans des laboratoires de génétique. Les étapes suivantes se sont enchaînées naturellement : le premier magasin en ville, puis des ouvertures

“

Il faut rester inventif et proposer un service irréprochable, grâce à des vendeurs très impliqués.

”

en centres commerciaux, à la périphérie de la capitale. Nous avons saisi de nombreuses opportunités. Certaines ont été des succès, d'autres des échecs, stoppés rapidement, et voilà, nous sommes devenus un groupe, tout en restant une PME familiale.

Quand vous regardez ce parcours, y a-t-il des choses que vous feriez autrement aujourd'hui ?

« Je suivrais plus de formations et je m'inscrirais à plus de séminaires, car effectivement, j'ai une formation scientifique, et non commerciale. Je privilégierais le networking et rencontrerais des personnes susceptibles de m'aider à me poser les bonnes questions sur la conduite de l'entreprise. Les premières années, j'avais constamment le 'nez dans le guidon', et déjà quatre enfants à la maison (*Carine Smets a six enfants, ndlr*). J'aurais dû m'entourer davantage et déléguer plus rapidement.

Quel est votre style de management ?

« Je ne pratique pas un management vertical. Je tiens à ce que chacun puisse apporter son know-how dans l'organisation, que chacun puisse être acteur. Les conseillers de vente, par exemple, sont tout sauf des surveillants de magasin. Il est essentiel qu'ils aient des compétences variées et puissent les exprimer.

Vous avez récemment passé les rênes à Pascaline, votre fille aînée...

« Nous sommes extrêmement heureux d'avoir opéré cette transmission. Pascaline est la personne rêvée pour assurer la continuité de l'entreprise. Elle est pleinement inscrite dans son époque, elle est intelligente, curieuse et sans préjugés. Elle insuffle ce côté millennial à nos enseignes, pour parler à une nouvelle clientèle.

La transmission réussie d'une entreprise familiale repose en grande partie sur la qualité et l'engagement du repreneur. Pour faire vivre une enseigne de mode et pérenniser sa désirabilité, il est préférable de pouvoir miser sur un talent fort en interne. Pascaline est un tremplin pour l'entreprise. De par ses voyages, son intérêt insatiable pour l'innovation, la création ►

Les magasins du groupe Smets

- Art City, Luxembourg-ville
- Cape Cod, Luxembourg-ville
- Smets City Concorde, Bertrange
- Smets Outlet, Bertrange
- Smets Luxembourg, Strassen
- TW06TWO restaurant, Strassen
- Smets RDN, Bruxelles



Carine Smets avoue que ses journées ressemblent à une course permanente... mais enthousiasmante: « J'ai besoin d'activité. Je suis toujours en mouvement et j'ai une grande soif d'apprendre de nouvelles choses. Ceci dit, j'apprécie grandement de pouvoir faire des pauses de temps en temps avec des amis. »

Carine Smets : « J'aime tout dans ce métier : comprendre les enjeux, rester réactive, ouverte, connectée avec l'époque et transmettre cela aux équipes, susciter leur curiosité, le goût du dépassement et du risque entrepreneurial. »



artistique et ses rencontres incroyables, elle est à la pointe des tendances. Ces contacts ouvrent des portes, inspirent des collaborations prestigieuses et contribuent à la visibilité internationale. Nous l'assistons en répondant à ses demandes grâce à un back-office efficace et idéalement opérationnel 24 h/24. Nous lui laissons total champ libre au niveau de la direction artistique, la sélection des créateurs et la construction de son univers, tout ce qui fait réellement la force de Smets.

Votre groupe est assez discret dans les médias. Est-ce une volonté délibérée ?

« En effet, nous faisons très peu de publicité car nous préférons consacrer le budget communication à la scénarisation des lieux de vente et des vitrines. La fréquentation des centres-villes est en baisse dans la grande majorité des villes européennes.

De nombreux magasins ferment leurs portes, y compris des enseignes de luxe. Nous misons sur notre portefeuille de

marques pointues, souvent exclusives sur le marché luxembourgeois. Afin de dynamiser cette sélection, il n'y a pas de meilleur média que des vitrines fortes et engagées, afin de parler aux millennials, inspirés d'excentricité et de *youth culture*. Nous investissons nos budgets publicitaires dans les collaborations avec des marques premium. Cet exercice suscite un discours intéressant, à la fois auprès du public, de la presse et auprès d'autres marques premium qui se positionnent afin de bénéficier de cette visibilité.

Vous avez un magasin à Bruxelles. Quel est votre objectif avec ce point de vente ?

« Avoir une présence à Bruxelles est important pour la visibilité à l'échelle du Benelux. C'est une vitrine qui s'adresse également à la clientèle néerlandophone. Bruxelles est une ville qui a une forte identité au niveau de la création et de la culture fashion. Être présents dans cette ville est important. Enfin, pour certaines marques, notamment

celles issues de la culture *street* ou ayant une forte dimension art / design, Bruxelles est incontournable, et notre magasin bruxellois fait partie de nos arguments pour initier des collaborations.

À Luxembourg-ville, craignez-vous la concurrence du futur centre Royal-Hamilius ?

« Au contraire, nous voyons cela d'un très bon œil. Le bâtiment dessiné par Norman Foster, architecte de renommée mondiale, aura un fort pouvoir attractif, et le futur restaurant panoramique va apporter un vrai plus à Luxembourg.

Par contre, dans un centre-ville, il faut dans l'idéal au moins deux pôles d'attraction pour que les clients soient incités à se déplacer de l'un à l'autre en traversant toute la zone commerciale. Or, à Luxembourg-ville, les lieux qui créent l'événement et concentrent les énergies (Université, Mudam, Philharmonie...) sont trop dispersés pour jouer ce rôle. Il faudrait un contre-

La force de Smets réside dans la sélection de marques que l'on ne retrouve nulle part ailleurs au Luxembourg et dans la construction d'univers dans lesquels les millennials peuvent trouver leur inspiration.

pois au projet Hamilius à l'autre bout de la Grand-Rue. Et puis, il va falloir faire revenir la clientèle au centre-ville. Suite à la délocalisation des institutions financières et autres sociétés qui avaient pignon sur rue auparavant, à la pénurie de parkings, aux travaux incessants et aux problèmes de mobilité en général, la clientèle a tendance à prendre ses habitudes ailleurs.

Imaginez-vous un futur où les magasins physiques auront totalement disparu ?

« Personnellement, je ne pense pas que cela arrivera, mais il est sûr que nous sommes actuellement dans une période de transition où chacun cherche la bonne voie. Certaines enseignes, présentes uniquement sur Internet, ouvrent des magasins physiques. C'est un indice significatif.

Les fluctuations des prix du pétrole ont un impact sur toute la logistique associée à l'e-commerce. Les magasins de proximité acquièrent une nouvelle pertinence. Pour tout ce qui est très innovant, le public éprouve également le besoin de



au public dans un environnement valorisant ont une carte importante à jouer. Ceci dit, la présence sur le Net est capitale également. Pour le moment, notre site Internet est en refonte. Nous souhaitons qu'il transmette l'énergie de création qui anime nos enseignes. Nous sommes conscients que c'est un outil qui nous permettra de rayonner à l'international, mais pour cela, le site doit répondre exactement à notre image.

de salaires qu'une PME peut difficilement se permettre. Ensuite, pour le personnel de vente, le recrutement n'est pas plus facile. Nous souhaitons embaucher des personnes parlant anglais, ayant une culture mode, maîtrisant les réseaux sociaux, le sens du respect, qui acceptent de travailler le samedi et, pour les plus motivés d'entre eux, qui acceptent d'être joignables 24 h/24 par les clients asiatiques. Autant dire le mouton à cinq pattes ! Or, nous avons besoin de jeunes motivés. Il faudrait presque créer une école spécialement dédiée à la formation de ces profils, calquée sur le modèle de l'Institut des métiers d'excellence créé par LVMH en 2014.

A contrario, quelles sont les opportunités spécifiques au Luxembourg ?

« La principale opportunité réside dans le fait que nous ayons été pionniers, profitant de l'essor incroyable du pays dans les années 1990-2000, avec un concept multimarque qui a une réelle pertinence sur le marché luxembourgeois, la ville de Luxembourg étant trop petite pour attirer les *flagship stores* des marques internationales prestigieuses.

La position du Luxembourg au cœur de l'Europe est aussi une opportunité. Et l'investissement du gouvernement et des missions économiques pour faire connaître le pays au niveau international est capital pour son essor. Le fait de capitaliser sur les nouvelles technologies, d'attirer des centres logistiques comme Amazon, est très positif pour l'image et l'attractivité du pays. » ●

“

Notre concept multimarque a une réelle pertinence sur le marché luxembourgeois, la ville de Luxembourg étant trop petite pour attirer les *flagship stores* des marques internationales prestigieuses.

”

voir, d'essayer, de se faire conseiller. Il veut une expérience. Il faut rester inventif et proposer un service irréprochable, grâce à des vendeurs très impliqués... Prenons l'exemple des nouvelles marques cosmétiques de niche. Pour ces articles, le conseil est très important. Les marques confidentielles ou très pointues ne peuvent ouvrir leur propre enseigne car la masse critique de clientèle est trop faible à Luxembourg. Les enseignes multimarques qui identifient ces nouveaux acteurs du marché et les présentent

D'une manière générale, quels sont les défis et difficultés que le commerce doit affronter au Luxembourg ?

« Le premier défi est le recrutement. Pour faire venir des profils très qualifiés, visionnaires, il faut aller chercher à l'international, mais ces personnes sont confrontées à deux soucis majeurs au Luxembourg : la saturation des écoles qui proposent des cursus internationaux, et le prix et la disponibilité des logements. Pour compenser ces deux difficultés, il faut pouvoir proposer des niveaux



01.

CONTERN SA

UNE ENTREPRISE EN BÉTON!

À près de 100 ans, la société Contern – Lëtzebuurger Beton s'est forgé une solide réputation dans le secteur du génie civil, du gros œuvre et des aménagements extérieurs au Grand-Duché et à l'international.

Texte : Corinne Briault - Photos : Pierre Guersing

L'histoire de Contern SA débute sous le nom de « Chaux de Contern », société fondée en 1923 par Paul Rischart et son beau-frère Louis Roussel, et soutenue financièrement par quelques personnalités issues du monde sidérurgique luxembourgeois. Grâce à trois fours construits dans son usine, Paul Rischart a pour projet de produire de la chaux hydraulique provenant d'extractions de carrières de calcaire locales. La production de chaux n'est pas une nouveauté en soi au Luxembourg, le pays compte en effet

à cette époque de nombreuses petites unités de production, mais Paul Rischart est le premier à la produire de manière industrielle. L'usine de Contern emploie jusqu'à 500 personnes à certaines époques.

À partir des années 1990, les Chaux de Contern connaissent de multiples changements de direction : elles passent ainsi sous le giron de l'Arbed, qui les revend au groupe allemand Dyckerhoff, lui-même repris en 2004 par le cimentier italien Buzzi Unicem. L'entreprise repasse sous pavillon luxembourgeois en 2010, lorsque



02.



03.

Robert Dennewald, président des Chaux de Contern depuis 1996, en devient le nouvel et principal actionnaire.

Au cours des cinq dernières années, grâce à d'importants investissements, l'usine a connu une profonde modernisation, qui s'est également concrétisée par le changement de nom de l'entreprise, désormais appelée simplement Contern SA. Rencontre avec Eric Kluckers, directeur général.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Tout au long de notre histoire, nous avons toujours su nous renouveler et nous continuons sur cette ligne. Ces dernières années, nous avons beaucoup investi pour moderniser nos outils de production. Nous misons aussi énormément sur la recherche et le développement. Dans ce cadre, en collaboration avec l'Uni et le List et

avec le soutien du ministère de l'Économie, nous travaillons sur de nombreux projets touchant à des domaines tels que les matériaux biosourcés, le recyclage ou l'économie circulaire.

Puis nous travaillons également sur de nouvelles gammes de produits pour les aménagements extérieurs pour particuliers, que nous souhaitons aussi exporter sur les marchés régionaux, l'Allemagne et la Lorraine. Dans cette optique, nous sommes amenés à changer notre politique commerciale dans le sens où nous cherchons maintenant à nous associer plus étroitement aux négociants en matériaux au lieu de vendre en direct aux poseurs.

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« Le métier de la préfabrication est saisonnier et très dépendant des chantiers publics.

Il nous a donc fallu trouver un deuxième pilier d'activité. Nous



04.



05.



06.

avons ainsi créé et aménagé un *business park* d'une surface de huit hectares sur des terrains qui n'étaient pas utilisés. Depuis deux ans, le Business Park Contern accueille des entreprises aux activités très diverses, comme Dussmann, Mateco, ProActif ou encore Hifi International. Le site a ainsi totalement changé de vocation et d'aspect et cela nous permet également de trouver des synergies avec notre activité de fournisseur de matériaux.

Quels sont les grands défis auxquels vous devez faire face dans votre secteur d'activité ?

« Il y a d'abord celui des matières premières. Le béton est composé de graviers, de sable, de ciment, d'eau et d'adjuvants. Pour des raisons de coûts liés au transport, nous nous fournissons au Luxembourg, or le pays manque de ces matières premières, qui, du coup, sont chères et rares.

Il nous faut donc trouver des alternatives ou penser à recycler

pour réintroduire ces produits dans les processus de fabrication. Un autre défi consiste à s'adapter rapidement aux modes de construction qui changent et aux réglementations qui deviennent très exigeantes. Enfin, nous devons faire face à une importante concurrence étrangère qui concerne tant les fabricants que les poseurs et les concepteurs.

Si vous pouviez changer une chose dans votre secteur d'activité, quelle serait-elle ? Que pourrait faire la Chambre de Commerce en ce sens ?

« Notre part de marché à l'étranger est faible, car souvent, les autorités des pays protègent leur industrie nationale.

Par contre, nos concurrents étrangers n'ont pas de mal à travailler ici.

Bien souvent, les architectes ou paysagistes internationaux ont pour leur projet une ligne tellement restrictive que

cela exclut d'office les produits locaux lors des soumissions et appels d'offres.

Avec la Chambre de Commerce, nous pourrions exiger que ces soumissions soient rédigées de façon plus neutre afin de permettre aux entreprises locales de participer et de ne privilégier aucune partie. » ●

En bref



1923: création des Chaux de Contern
1990: les Chaux de Contern sont reprises par Ciments Luxembourgeois
1994: reprise par Dyckerhoff
2003: reprise par Buzzi Unicem
2006: les Chaux de Contern redeviennent luxembourgeoises
2010: Robert Dennewald devient actionnaire majoritaire

01. (De g. à dr.) Robert Dennewald, président des Chaux de Contern; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce; Eric Kluckers, directeur général de la Chambre de Commerce; Edith Stein, Affaires internationales, Chambre de Commerce, et Anne-Marie Loesch, Stratégie et Coordination, Chambre de Commerce.

02, 03, 04, 05. Contern SA est active sur le marché depuis plus de 90 ans. Très moderne, sa gamme de produits compte aujourd'hui plus de 1.200 références, dont des pavés et des dalles de grands formats, des fabrications sur mesure, des produits en béton, des matériaux de construction ou des blocs acoustiques... En 2014, l'entreprise a investi plus de 3 millions d'euros dans de nouvelles installations pour la fabrication de tuyaux et de regards monolithiques.

06. Depuis trois ans, la société a aménagé un *business park* d'une surface de huit hectares sur des terrains qui n'étaient pas utilisés. Depuis deux ans, le Business Park Contern accueille des entreprises aux activités très diverses.

L'information continue

Retrouvez toutes les visites d'entreprises sur www.cc.lu

VISITE ENTREPRISE

HEEDERHAFF

LE BONHEUR EST DANS LE PRÉ

L'horticulture se définit, dans les dictionnaires, comme un « art » : celui de cultiver les jardins, de pratiquer la culture des légumes, des fleurs, des arbres ou des arbustes fruitiers et d'ornement. Pour Tom Jungblut, c'est même une philosophie de vie, et c'est surtout bien plus que faire pousser des légumes et élever des animaux.

Texte : Corinne Briault - Photos : Pierre Guersing et Cactus

En 2014, après ses études, à tout juste une vingtaine d'années, Tom Jungblut décide de se lancer dans l'exploitation maraîchère. Un saut dans le grand bain qui est un choix mûrement réfléchi. Le jeune homme part de rien et n'a qu'un budget de départ minime. Le seul petit « coup de pouce » pour fonder Heederhaff, sans que ce soit une reprise de l'exploitation agricole familiale, est que Tom

Jungblut peut débiter sa production sur une petite surface de terrains familiaux.

Un peu plus de quatre ans plus tard, Heederhaff produit sur quelque 20 hectares (et bientôt 0,5 hectare de serres) des salades, échalotes, radis, citrouilles, oignons, courgettes, choux, de la mâche... et emploie cinq personnes.

Tom Jungblut est également à l'origine de *poulet.lu*.

À son lancement, l'initiative avait pour but la vente directe aux consommateurs de volailles de qualité. Tom Jungblut a ensuite été rejoint par quatre autres éleveurs luxembourgeois et son idée a séduit les supermarchés Cactus, qui proposent depuis quelques mois dans leurs rayons le nouveau label « Cactus - Poulet vom Lëtzebuurger Bauer ».

Suivant une charte du label très stricte, visant à minimiser les impacts de la production sur la nature et l'environnement et à pérenniser cette production agricole sur le terroir luxembourgeois, le cahier des charges met l'accent sur le bien-être animal, les conditions d'élevage (56 jours, soit le double du temps d'élevage d'un poulet industriel, avec suffisamment d'espace pour courir et développer les muscles des poulets), l'alimentation, l'élevage sans antibiotiques, les transports, l'abattage.

Toute la chaîne de production est ainsi réglementée pour un produit respectueux de l'animal, de l'environnement et du producteur. Aujourd'hui, Tom Jungblut dirige son exploitation comme un véritable chef d'entreprise et mène une vie professionnelle qui ne se limite pas à la culture et à l'élevage puisqu'il doit assumer le rôle de gestionnaire dans la tenue des comptes, dans la relation clientèle, dans les négociations auprès des fournisseurs... Mais sa passion est « plus forte que les intempéries » et il n'échangerait sa place pour rien au monde !

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Nous travaillons sur l'extension de la ferme pour y inclure des halles de stockage réfrigérées pour pouvoir stocker nos productions et les vendre également en hiver. Ceci pour assurer une sta-



01.



02.



03.

bilité financière sur toute l'année. Puis, afin d'être moins tributaires des conditions météorologiques, qui, ces dernières années, sont déplorables, nous allons également investir dans des serres pour réduire encore la production plein champ et essayer de limiter les pertes. Enfin, je travaille sur un projet d'agriculture urbaine et je suis en phase d'étude de faisabilité, en collaboration et avec le soutien de certains ministères et chefs de grandes entreprises luxembourgeoises.

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« Je suis fier d'avoir réussi, avec un tout petit budget au départ, à créer des emplois et à envisager d'en créer d'autres.

Et j'éprouve toujours une grande satisfaction quand je vois mes produits dans les caddies des gens dans les supermarchés du pays !

Quels sont les grands défis auxquels vous devez faire face dans votre secteur d'activité ?

« Notre plus grand défi, et cela risque de s'aggraver dans les années à venir, est l'accès à l'eau pour arroser nos cultures. Je dois dire que malgré les déclarations nombreuses faites par le gouvernement actuel, les prix de l'eau restent très élevés et c'est un gros problème. Puis, nous sommes tout de même fortement dépendants des conditions météorologiques et notre autre grand défi est de pouvoir jongler avec les heures de travail. Plus de flexibilité de la législation actuelle nous aiderait beaucoup !

Si vous pouviez changer une chose dans votre secteur d'activité, quelle serait-elle ? Que pourrait faire la Chambre de Commerce en ce sens ?

« Il y a un énorme travail de sensibilisation à faire sur plusieurs

points. Tout d'abord, le secteur horeca pourrait s'engager plus fortement sur la consommation de produits locaux.

Puis, il y a tout un travail à faire également sur le gaspillage alimentaire, notamment en réduisant des exigences surréalistes au niveau réglementation.

Une salade ne doit pas être jetée si elle a un peu de terre sur les feuilles ; une courgette, même si elle ne mesure pas au centimètre près la taille imposée par une loi, peut être bonne à consommer ! Il y a vraiment beaucoup à faire sur ce sujet, car c'est un problème de société, environnemental, économique et social qui touche tout le monde et toute la chaîne d'approvisionnement. » ●

L'information continue

Retrouvez toutes les visites d'entreprises sur www.ccl.lu

01. (De g. à dr.) Conny Van de Sluis, premier vice-président de la Fédération horticole luxembourgeoise ; Josiane Walentiny, secrétaire générale, Fédération horticole luxembourgeoise ; Tom Jungblut, fondateur et gérant de Heederhaff ; Léon Wietor, président d'honneur, Lëtzebuurger Landesuebstbaueräin ; Jean-Claude Muller, Eim Néckels – Distillerie Muller-Lemmer ; Anne-Marie Loesch, Stratégie & Coordination, Chambre de Commerce, et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce

02, 03, 06. Heederhaff est aujourd'hui une exploitation qui produit sur quelque 20 hectares (et bientôt 0,5 hectare de serres) des salades, échalotes, radis, citrouilles, oignons, courgettes, choux, de la mâche... et emploie cinq personnes.

04, 05. Tom Jungblut est à l'origine de poulet.lu. À son lancement, l'initiative avait pour but la vente directe aux consommateurs de volailles de qualité. Il est ensuite rejoint par quatre autres éleveurs luxembourgeois et son idée a séduit les supermarchés Cactus, qui proposent depuis quelques mois dans leurs rayons le nouveau label « Cactus – Poulet vum Lëtzebuurger Bauer ».



04.



05.



06.



01.

DISTILLERIE MULLER-LEMMER

DE FRUITS, DE LÉGUMES ET D'ALAMBIC!

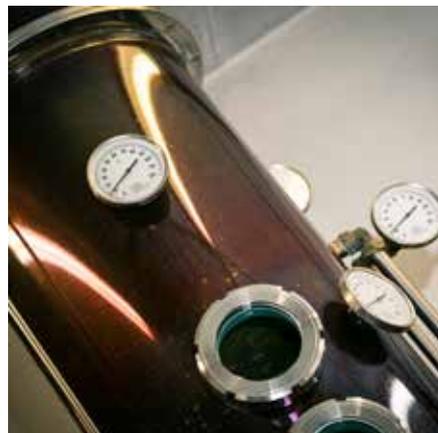
Il n'y a encore que quelques années, lorsque les parents souhaitaient se retirer des exploitations, les enfants d'agriculteurs reprenaient quasi naturellement le flambeau, sans se poser de questions. La reprise de l'exploitation est désormais le fruit d'une décision personnelle et réfléchie.

Texte : Corinne Briault - Photos : Pierre Guersing

Issu d'une famille d'éleveurs laitiers, Jean-Claude Muller a fait un détour par l'Éducation nationale avant de revenir aux sources et de reprendre l'exploitation familiale. Preuve

qu'on vient bien à la terre par passion, même si la profession a beaucoup changé au long des sept générations qui ont porté la ferme familiale. Aujourd'hui, le seul vestige de l'histoire de la

famille reste le bâtiment, même s'il a subi un léger ravalement. En effet, Jean-Claude Muller, lorsqu'il a repris l'affaire, en a également un peu modifié les cultures, qui sont désormais plus « horticoles que purement agricoles », et y a ajouté les activités d'une distillerie artisanale, qui connaît un succès grandissant. Outre les liqueurs et autres eaux de vie (mirabelle, cerise, pomme, quetsche...), la distillerie a ainsi élaboré dernièrement le Twin Gin. Un gin qui se compose de 17 ingrédients, dont le genièvre, qui parallèlement à l'orange, au citron et au citron vert, lui confère une si belle harmonie que les supermarchés Cactus l'ont sélectionné pour lancer le surprenant saumon fumé mariné au gin.



02.



03.

Aujourd'hui, l'exploitation s'étend sur près de 30 hectares, produisant des fruits et des légumes, et Jean-Claude Muller a encore de nombreux projets sur le gril... Entretien.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Il y en a toujours plusieurs ! L'un de nos gros chantiers du moment est l'agrandissement de la distillerie, qui est victime de son succès ! Nous sommes passés de 500 litres d'alcool pur à 3 à 4.000 litres, ce qui représente le double en termes d'eau de vie et autres liqueurs produites. Les locaux ne sont plus adaptés à ce rythme de production. Nous allons aussi profiter de ces travaux pour ajouter



04.



05.



06.

une salle de dégustation, qui est très demandée par nos clients. Puis, un autre grand projet est la construction de deux serres qui vont nous permettre de produire des fraises hors sol, en substrats, de mai à octobre. L'avantage étant que les fruits seront protégés des aléas climatiques et que nous pourrons faire deux récoltes au lieu d'une annuelle.

“
Notre profession souffre d'un déficit de reconnaissance.
”

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« De tout ! Comme dit la chanson, je ne regrette rien, pas une seule décision que nous avons prise, ni aucun projet dans lequel nous nous sommes lancés !

Quels sont les grands défis auxquels vous devez faire face dans votre secteur d'activité ?

« Il y en a plusieurs. Tout d'abord, notre profession souffre d'un déficit de reconnaissance de la majeure partie de la population qui nous voit juste comme des pollueurs de la nature. Un de nos gros défis est d'expliquer que notre action est bénéfique pour la nature et que nous ne produisons pas n'importe quoi, n'importe comment. Puis, nous avons également beaucoup de

difficultés à recruter de la main-d'œuvre et la flexibilité des temps de travail avec notre activité saisonnière pose beaucoup de problèmes. Enfin, les procédures et les autorisations, notamment pour l'accès et la gestion de l'eau, sont un de nos plus gros défis.

Si vous pouviez changer une chose dans votre secteur d'activité, quelle serait-elle ? Que pourrait faire la Chambre de Commerce en ce sens ?

« Ce serait faciliter les procédures et repenser la flexibilité du temps de travail. La Chambre de Commerce pourrait inclure les problématiques des horticulteurs dans les discussions qu'elle mène avec les ministères sur ces sujets. » ●

01. Jean-Claude Muller (à g.) et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce.

02. Jean-Claude Muller, lorsqu'il a repris l'affaire familiale, en a également un peu modifié les cultures, qui sont désormais plus « horticoles que purement agricoles », et y a ajouté les activités d'une distillerie artisanale.

03, 04, 05, 06. La distillerie offre une large palette de liqueurs et autres eaux de vie (mirabelle, cerise, pomme, quetsche...), du whisky et du gin et de nombreux autres produits locaux.

L'information continue

Retrouvez toutes les visites d'entreprises sur www.ccl.lu

PHOTO DU MOIS

HOUSE OF STARTUPS

powered by the Luxembourg Government

THE PLACE



HOUSE OF STARTUPS

PENDAISON DE CRÉMAILLÈRE !

Initiée par la Chambre de Commerce, la House of Startups a officiellement ouvert ses portes le 1^{er} juin dernier en présence de nombreux invités prestigieux, notamment SAR le Grand-Duc et SAR la Grande-Duchesse, le Vice-Premier ministre et ministre de l'Économie Étienne Schneider, la bourgmestre de la Ville de Luxembourg, Lydie Polfer, et le ministre des Finances Pierre Gramegna. Nouvelle structure de soutien aux startups, la House of Startups se veut être l'incubateur des incubateurs et abrite aujourd'hui plusieurs entités, dont la Luxembourg House of Financial Technology (LHoFT), le Luxembourg City Incubator (LCI) – un nouvel acteur lancé par la Chambre de Commerce avec le soutien de la Ville de Luxembourg – et l'accélérateur nyuko Startup Consultants. L'incubateur international du groupe Crédit Agricole, Hub@Luxembourg, et l'International Climate Finance Accelerator (ICFA) vont également s'y installer. La House of Startups vient compléter, avec la House of Training et la House of Entrepreneurship, l'offre de services proposée par la Chambre de Commerce pour promouvoir et soutenir l'entrepreneuriat.

Photo : Vincent Remy



CÉRÉMONIE D'OUVERTURE

HOUSE OF STARTUPS, « THE PLACE THAT NEVER SLEEPS! »

Quelques mois après sa création, la House of Startups (HoST) a officiellement ouvert ses portes dans le quartier de Bonnevoie, en présence de plus de 500 invités triés sur le volet. Ce nouveau centre d'incubateurs, qui s'est installé au cœur de la capitale et qui a la capacité d'accueillir entre 150 et 200 startups innovantes sur près de 6.000 m², a pour ferme intention de jouer un rôle majeur dans l'écosystème startups autant national qu'international et de « relever les défis existants et anticiper ceux de demain », comme l'a souligné Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce.

Photos: Vincent Remy



02.

01, 08. Idéalement située au cœur de la capitale, la HoST abrite la Luxembourg House of Financial Technology (LHoFT), le Luxembourg-City Incubator (LCI) – un nouvel acteur lancé par la Chambre de Commerce avec le soutien de la Ville de Luxembourg – et l'accélérateur nyuko Startup Consultants. Elle est pilotée par Karin Schintgen, CEO (photo 01, au centre), qui a accueilli les invités. (De g. à dr.) Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce; Étienne Schneider, Vice-Premier ministre et ministre de l'Économie; Lydie Polfer, bourgmestre de la Ville de Luxembourg; et Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce.

02, 03, 04, 07. Plusieurs invités prestigieux, dont LL.AA.RR. le Grand-Duc et la Grande-Duchesse, le ministre des Finances Pierre Gramegna (04, à g.), étaient présents à la cérémonie. Le soutien institutionnel est un pilier majeur de la House of Startups. Ainsi, outre la Chambre de Commerce du Luxembourg, de nombreux acteurs y ont une implication, notamment le ministère d'État et son Service des communications et des médias, le ministère des Finances, le ministère de l'Économie, la Ville de Luxembourg, le ministère du Développement durable et des Infrastructures, le ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire, Luxinnovation et Luxembourg for Finance. Les bureaux de commerce et d'investissement luxembourgeois (LTIO) sont également engagés dans le projet, afin de favoriser les investissements au Luxembourg.



01.



03.



04.



05.



06.



08.



07.

05. Les invités ont pu visiter les locaux et découvrir la large palette de services proposés par la House of Startups.

06. Karin Schintgen, CEO de la House of Startups, avec le comité de direction de la Chambre de Commerce. (De g. à dr.) Carlo Thelen, directeur général; Steve Breier, directeur Administratif et financier; Marc Wagener, directeur Affaires économiques; Anne-Sophie Theissen, directrice Avis et Affaires juridiques; Luc Henzig, directeur Formation; Anne-Marie Loesch, secrétaire du comité de direction, responsable Stratégie et Coordination; et Patrick Ernzer, directeur Communication et Médias.

Plus d'informations: www.host.lu



01.

CLUSTER MARITIME LUXEMBOURGEOIS
POUR L'ÉCONOMIE BLEUE

Le 10 mai dernier, le Cluster maritime luxembourgeois a fêté son 10^e anniversaire en présence d'Étienne Schneider, Vice-Premier ministre et ministre de l'Économie. Plus de 150 invités ont participé à l'événement : membres du cluster, mais aussi partenaires de l'association – Chambre de Commerce, Cluster for Logistics, Single Window for Logistics –, Commissariat aux affaires maritimes et représentants du ministère de l'Économie. En 10 ans d'existence, l'asbl s'est hissée au rang de porte-parole privilégié de l'« économie bleue » du Grand-Duché de Luxembourg. Comptant 16 sociétés membres à sa création, le Cluster maritime luxembourgeois rassemble aujourd'hui 60 entreprises membres et représente l'ensemble des métiers liés au secteur maritime présents au Luxembourg.

Photos : Kliever Fotografie



02.



03.



04.



05.

01. Les missions du cluster s'organisent autour de quatre activités : mettre les acteurs du monde maritime en réseau, veiller au partage des connaissances, promouvoir le secteur et encourager son développement économique. La soirée de gala, organisée à l'Avisse Parc Hotel, a débuté par un cocktail de networking.

02. Dans son discours, Étienne Schneider, Vice-Premier ministre et ministre de l'Économie, a réitéré son soutien au développement de l'économie maritime.

C'est à la fin des années 1980, dans un contexte de diversification économique, que le Grand-Duché décide de créer un registre maritime public. Le pavillon maritime luxembourgeois doit sa réputation de qualité à sa stricte conformité avec les directives délivrées par les organisations internationales compétentes. Aujourd'hui, plus de 200 navires battent pavillon luxembourgeois.

03. Le Cluster maritime luxembourgeois poursuit plusieurs objectifs : attirer plus d'armateurs en rendant le cadre législatif plus compétitif ; intensifier les relations entre les armateurs, les banques et les autres secteurs représentés ; soutenir l'innovation via la mise en place d'un programme dédié aux startups du secteur ; et encourager le développement de solutions vertes dans le secteur maritime.

04. Timothy Jones, président et CEO du groupe international BRS Brokers spécialisé dans des activités de courtage maritime, a présenté un panorama de l'économie maritime mondiale et son évolution au cours des dernières décennies. L'intervenant a notamment relevé une corrélation entre les grands événements géopolitiques de la fin du 20^e siècle et la variation tarifaire de l'affrètement maritime.

05. Le dîner de gala s'est conclu par la remise d'un don au profit de la Fondation Kriibskrank Kanner, qui soutient depuis de nombreuses années des enfants atteints de cancer. De gauche à droite : Romain Henrion, représentant de la Fondation Kriibskrank Kanner, Charles Gosselin, managing director du Cluster maritime luxembourgeois, et Fabrice Maire, président du cluster.



01. Après leur arrivée à l'aéroport, les souverains néerlandais se sont rendus au palais grand-ducal pour un accueil officiel par LL.AA.RR. le Grand-Duc et la Grande-Duchesse.

Le programme protocolaire de la journée comprenait également les honneurs militaires, l'interprétation des hymnes nationaux, le passage en revue des troupes, la présentation des délégations respectives et un entretien en tête-à-tête au palais.

02. LL.MM. le Roi Willem-Alexander et la Reine Máxima des Pays-Bas se sont ensuite rendus au Monument national de la solidarité luxembourgeoise pour le dépôt d'une couronne de fleurs au pied de la flamme du souvenir. (1^{re} rangée de g. à dr.) S.M. la Reine des Pays-Bas; S.M. le Roi des Pays-Bas; (2^e rangée de g. à dr.) Étienne Schneider, Vice-Premier ministre, ministre de l'Économie, ministre de la Sécurité intérieure; Xavier Bettel, Premier ministre, ministre d'État.

01.

PAYS-BAS

VISITE ROYALE NÉERLANDAISE

Durant trois jours, du 23 au 25 mai 2018, sur invitation de LL.AA.RR. le Grand-Duc et la Grande-Duchesse, LL.MM. le Roi Willem-Alexander et la Reine Máxima des Pays-Bas ont effectué une visite d'État au Luxembourg. Les souverains étaient accompagnés du ministre des Affaires étrangères du Royaume des Pays-Bas, Stef Blok, et de la secrétaire d'État à l'Infrastructure et à la Gestion des eaux du Royaume des Pays-Bas, Stientje van Veldhoven.

Photos : Emmanuel Claude, Charles Soubry, Charles Caratini, SIP



02.



03.



04.

03. Le couple royal néerlandais et LL.AA.RR. le Grand-Duc et la Grande-Duchesse ont ensuite été accueillis par Lydie Polfer, bourgmestre de la Ville de Luxembourg, à l'hôtel de ville pour une séance académique.

04. La seconde journée, la délégation officielle a visité le site de Belval, où elle a pu découvrir ses hauts fourneaux et des anciennes friches industrielles en pleine reconversion. (De g. à dr.) Georges Engel, bourgmestre de Sanem; S.A.R. le Grand-Duc; S.A.R. la Grande-Duchesse; S.M. la Reine des Pays-Bas; Daniela Di Santo, directrice adjointe du Fonds Belval; S.M. le Roi des Pays-Bas; Corinne Cahen, ministre de la Famille et de l'Intégration, ministre à la Grande Région. Le programme s'est poursuivi par une rencontre avec le vice-recteur académique de l'Université du Luxembourg, Romain Martin, pour une visite du Learning Centre de l'Université du Luxembourg qui ouvrira ses portes en septembre.

Le Learning Centre sera un espace offrant – outre les services de bibliothèque classiques – un environnement d'apprentissage à la fine pointe de la technologie. Puis, à la Maison du savoir de l'Université du Luxembourg, la délégation a ensuite pu assister, entre autres, à une présentation intitulée « Space Resources Utilisation: Luxembourg's next big bet in space ».

Le Learning Centre sera un espace offrant – outre les services de bibliothèque classiques – un environnement d'apprentissage à la fine pointe de la technologie. Puis, à la Maison du savoir de l'Université du Luxembourg, la délégation a ensuite pu assister, entre autres, à une présentation intitulée « Space Resources Utilisation: Luxembourg's next big bet in space ».



05.



06.



07.



08.



09.

05, 06, 07, 08. Le couple royal et le couple grand-ducal se sont ensuite rendus à la Chambre de Commerce où étaient présents la ministre de l'Environnement, Carole Dieschbourg, la secrétaire d'État à l'Infrastructure et à la Gestion des eaux du Royaume des Pays-Bas, Stientje van Veldhoven, et le président de la Chambre de Commerce, Michel Wurth. LL.MM. ont ainsi eu l'occasion d'assister à un débriefing du séminaire économique «Luxembourg and the Netherlands: together on the way to a circular economy» et de s'entretenir avec des représentants de quelque 200 entreprises néerlandaises et luxembourgeoises ayant participé au séminaire économique relatif à l'économie circulaire avec un accent sur les sous-thèmes smart city et smart mobility qui se tenait au cours de la journée.

09. Le dernier jour de la visite d'État était notamment consacré à la visite de l'entreprise Neobuild. Premier pôle d'innovation technologique de la construction durable dans le pays, Neobuild a pour objectif de faciliter l'innovation technologique et de soutenir les entreprises luxembourgeoises actives dans ce secteur. L'entreprise emploie, entre autres, de nouveaux matériaux, des procédés constructifs, des énergies renouvelables et des systèmes de certification. Après une brève présentation de l'entreprise, des présentations du Syndicat des Eaux du Sud (SES), de Contern SA, de Peintures Robin SA et de Digital Inclusion ont eu lieu. (De. g. à dr.) Robert Dennewald, président du conseil d'administration de Contern SA; S.A.R. la Grande-Duchesse; S.A.R. le Grand-Duc; S.M. la Reine des Pays-Bas; S.M. le Roi des Pays-Bas; Carole Dieschbourg, ministre de l'Environnement; Stientje van Veldhoven, secrétaire d'État à l'Infrastructure et à la Gestion des eaux du Royaume des Pays-Bas.



EXPORT AWARD 2018

PREMIER PRIX REMIS À LUXSCAN TECHNOLOGIES SÀRL

L'Office du Ducroire (ODL) et la Chambre de Commerce ont organisé la remise des prix de l'édition 2018 de l'Export Award. La cérémonie s'est déroulée en présence de Son Altesse Royale le Grand-Duc Héritier, d'Étienne Schneider, Vice-Premier ministre, ministre de l'Économie, de Pierre Gramegna, ministre des Finances, de Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce, et d'Arsène Jacoby, président de l'ODL et président du jury.

Photos : Charles Caratini



04.



05.



02.



03.



06.

01, 05. L'Export Award est un prix créé en 2011 par l'Office du Ducroire et la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg pour récompenser les PME luxembourgeoises qui se sont démarquées par leurs initiatives et leurs résultats en matière d'internationalisation de leurs activités. Le premier lauréat a reçu un prix de 15.000 euros, le deuxième lauréat un prix de 10.000 euros et le troisième lauréat s'est vu remettre un prix de 5.000 euros. Pour cette quatrième édition, 21 sociétés luxembourgeoises ont présenté leur candidature.

02. Premier prix, Luxscan Technologies a été fondée en 1998, hébergée au Technoport jusqu'en 2002, et compte aujourd'hui 48 salariés. Elle a ouvert en 2014 son propre site de production. Détentric du label « Made in Luxembourg », elle commercialise et développe des scanners, notamment pour la menuiserie, qui détectent les défauts du bois pour en optimiser la découpe et permettre ainsi de réaliser des économies de matière pendant la production de biens en bois.

03. Deuxième prix, Wood Optic Diffusion SA, créée en 1995, est une entreprise fabriquant et distribuant des lunettes en bois et en métal précieux qui rencontrent un franc succès, notamment dans des boutiques de luxe réputées de Sydney, Monaco, Paris et Dubaï.

04. Luxprototyping a été créée en 2012. Active dans l'univers de la réalité virtuelle et de la réalité augmentée, cette entreprise innovante développe et produit des lunettes 3D utilisées comme outils de formation et de contrôle dans les secteurs industriel ou médical. L'entreprise a remporté le 3^e prix.

06. S.A.R. le Grand-Duc Héritier est entouré (de g. à dr.) d'Arsène Jacoby, président de l'Office du Ducroire; Pierre Gramegna, ministre des Finances; Gerrit Spaas, Luxprototyping; Maurice Leonard, Wood Optic Diffusion; Raphaël Vogrig, Luxscan Technologies; Jean-Philippe Hildebrand, Luxscan Weinig Group; Étienne Schneider, Vice-Premier ministre; et Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce.

DELANO DAILY

LUXEMBOURG IN ENGLISH > Breakfast Briefing for Friday 15 June 2016



ENGIE TAX RULING, ECB CUTS QE, JUNCKER THE "BRUTAL KILLER"

French utility company the latest to be forced to pay back millions in taxes, while the ECB winds down QE and keeps interest rates steady. Delano's breakfast briefing.



Jean-Claude Juncker and Donald Trump with other G7 leaders at the Black Bear Chalet in La Malbaie, Canada last week. Juncker says Trump called him a "brutal killer" at the summit.

Engie tax ruling imminent

French utility company Engie will be forced to pay back millions to the Luxembourg state

NEW

06:45

**Breakfast
briefing**

SPACERESOURCES.LU

PAVING THE WAY TO NEW OPPORTUNITIES IN SPACE

In its series of thematic conferences, the Business Club Belgium-Luxembourg (BCBL) gathered over 60 participants from Luxembourg and Belgium, companies active in the space sector, the BCBL member companies, as well as public authorities, for a conference which took place on 28 May in Brussels at the Maison du Grand-Duché de Luxembourg, with Vice-Prime Minister and Minister of the Economy, Mr Étienne Schneider, on the topic of Luxembourg's SpaceResources.lu initiative.

Photos: Jean-Baptiste Moisy



01.

01. "Luxembourg and the United States of America are the two only countries in the world that have a legal framework on exploration, use and commercialisation of resources from near-Earth objects (NEOs), such as asteroids," says Minister Schneider. "Luxembourg attracts space companies from all over the world which see Luxembourg as the European hub in the exploration and use of space resources."

02, 03. The keynote speech of Minister Étienne Schneider was followed by a very interactive Q and A session during which representatives of companies like Solvay or ispace, but also from NEREUS (Network of European Regions Using Space Technologies), had the opportunity to get more details from the Minister.

04. From left to right: Rik Vandenberghe, BCBL president; Arlette Conzemius, Luxembourgish ambassador to Belgium; Étienne Schneider, Vice-Prime Minister and Minister of the Economy; Jean-Claude Meyer, consul general of Luxembourg in Belgium; and Christophe Hansen, BCBL secretary general.

05. The conference was followed by a networking reception during which all participants could continue the fruitful conversations. Following the conference of "The Future of Smart Cities", this was the second thematic conference of the BCBL.

More information: www.bcbl.be



02.



03.



04.



05.



11:45
Noon
briefing

Delano Daily.

Your twice-daily dose of Luxembourg business news in English.

Subscribe on delano.lu



TRADE MISSION TO JORDAN AND LEBANON
**PAVING NEW WAYS
 TO MIDDLE EAST**

The Chamber of Commerce of the Grand Duchy of Luxembourg, together with Hub Brussels, Awex and the Arab-Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce, organised a multi-sectoral trade mission to Jordan and Lebanon from 7 to 11 May 2018.

Photos: Chambre de Commerce



01.



02.



03.

01, 03. The joint trade mission started in Jordan. The economy of this country is oriented towards services, open to foreign trade and an important gateway to Iraq, largely liberalised and privatised in the 2000s. Jordan's economic growth is expected to reach 2.5 percent by 2020. The main issues of the coming years are related to infrastructure development. Demographic and economic growth generates significant needs in the areas of water, energy, waste and urban transport.

02. As part of the mission to Jordan, the organisers paid a visit to the Amman Chamber of Commerce and Industry, Jordan's oldest and largest chamber of commerce.

04. The deputy vice chairman, Ghassan Kherfan (right), reminded the delegation of Jordan's strategic position, especially for business with Iraq and the special economic zone of Aqaba, the only port of Jordan at the crossroads of four countries (Jordan, Israel, Egypt and Saudi Arabia). The construction of a new convention and exhibition centre on the road between Amman and the airport will position Jordan as an essential destination for business and commerce in the region.



04.



05.



06.



07.



05. Appointment with H.E. Mr. Yarub Qudah, Jordanian minister of industry, trade and supply (third on the left). He reiterated the importance of Jordan's strategic position for the reconstruction of Iraq. It is indeed possible to export from Jordan to Iraq without paying customs duties. The logistical airport in Mafraq is the ideal platform for that aim.

06, 07. Lunch with minister of finance of the Grand Duchy of Luxembourg Pierre Gramegna, present in Jordan for the EBRD governor's meeting.

08. A reception hosted by H.E. Mr Hendrik Van de Velde, ambassador to Belgium in Jordan (at the microphone), concluded the visit in Amman.

09. The next two days, spent in Lebanon, were mainly focussed on B2B meetings. Open, French-speaking and with very active private operators, the Lebanese market is particularly welcoming European products. It constitutes a springboard to the region's markets as well as to Africa.

10. The reception organised by H.E. Alex Lenaerts, ambassador to Belgium in Lebanon, gathered some 100 local business women and men.



08.



09.



10.

VIVATECHNOLOGY 2018

PREMIÈRE PRÉSENCE LUXEMBOURGEOISE

Le Luxembourg a participé pour la première fois avec un pavillon national au salon Vivatechnology, qui s'est déroulé à Paris du 24 au 26 mai 2018.

Le salon, qui se positionne comme l'un des rassemblements européens majeurs en matière d'innovation, est devenu incontournable, comme son slogan le suggère : « The world's rendez-vous for startups and leaders. »

Photos : Maëllenn de Coatpont



01.



02.



04.



05.



03.



06.

01. Le salon Vivatechnology, qui en était à sa troisième édition, a l'ambition de devenir l'équivalent européen du CES (Consumer Electronics Show) de Las Vegas.

02. 100.000 visiteurs de 125 pays ont assisté à l'édition 2018, à laquelle ont également participé quelque 9.000 startups.

03, 04. La présence luxembourgeoise fut coorganisée par la Chambre de Commerce, le ministère de l'Économie, Luxinnovation et la House of Startups, avec le soutien de l'Ambassade du Luxembourg à Paris. Le pavillon national, point de rencontre des visiteurs luxembourgeois, a rempli son rôle de vitrine pour présenter l'écosystème national des startups.

05. Jean-Michel Ludwig (à droite), directeur Startup Support & SME Performance chez Luxinnovation, s'est réjoui de la qualité des contacts noués : « Nous avons reçu énormément de visites sur notre stand, que ce soit des entreprises ou des investisseurs, y compris asiatiques. En mettant en avant notre réseau et notre savoir-faire, nous avons clairement l'ambition d'attirer des startups étrangères au Luxembourg. » Au total, plus d'une centaine de contacts ont été établis par l'équipe Startup de Luxinnovation.

06. Outre le Hall of Tech et ses très nombreux exposants, le salon propose un programme riche et varié de conférences, qui se déroulent pendant trois jours sur quatre scènes.



07.



08.



09.



10.



11.

07. La délégation luxembourgeoise composée de un peu plus de 70 participants s'est vu proposer deux visites accompagnées, l'une sur le thème « La banque de demain et l'assurance » et l'autre sur le thème « Industrie 4.0, logistique et relation client ». Chaque participant a ainsi pu découvrir les stands pré-sélectionnés pour leur caractère particulièrement innovant. De g. à dr. : un exposant; Jean Diederich, Wavestone; Kamel Amroune, Farvest; Tristan de Haenen, Budfox; Dominique Lo Sardo, OpenField; et Hugues Prevoo, Banque de Luxembourg.

08. À l'issue du premier jour du salon, une réception de networking a été organisée dans les jardins de la résidence de l'Ambassade du Luxembourg en France.

09. Janine Fleck, service Communication, Luxinnovation; Stéphanie Silvestri et Laurence Hulin, conseillères Startups chez Luxinnovation; et Violaine Mathurin, conseillère Affaires internationales à la Chambre de Commerce.

10. De g. à dr. : Jean-Michel Ludwig, directeur Startup Support & SME Performance, Luxinnovation; Karin Schintgen, CEO de la House of Startups; Laurence Sdika, secrétaire générale du Business Club France-Luxembourg; Martine Schommer, ambassadeur du Luxembourg en France; Violaine Mathurin, conseillère, Chambre de Commerce; Martin Guérin, CEO du Luxembourg City Incubator et de nyuko.

11. Deux étudiants (à dr.) avec deux représentants de la startup Waow!, active dans l'audiovisuel. 50 tickets gratuits pour le salon Vivatechnology étaient réservés à des étudiants luxembourgeois, sélectionnés avec l'aide de Digital Luxembourg, l'Uni et l'ISEC.

CALENDRIER DES MANIFESTATIONS

4th of July 2018
Luxembourg (L)



Countries seminar: “Discover the business potential of Thailand and Indonesia”

End of October, a multi-sectoral mission to Thailand and Indonesia will be organised by the Chamber of Commerce. In order to raise the interest of the Luxembourgish companies and give them the appropriate information about those two countries, the Luxembourg Chamber of Commerce organises a countries seminar that will include a presentation of both economies, their business environment and investment opportunities, as well as some key cultural aspects. Info: www.cc.lu – asia@cc.lu – (+352) 42 39 39-374/364 – Sabrina Aksil/Na Shi

Le 5 juillet 2018
Luxembourg (L)



Journée d'opportunité d'affaires: Allemagne

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux luxembourgeois et belges.

Infos: www.cc.lu (rubrique Agenda) – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

Le 9 juillet 2018
Luxembourg (L)



10^e anniversaire du réseau européen Enterprise Europe Network

L'Enterprise Europe Network (EEN) est le plus grand réseau européen dédié à l'internationalisation et à l'innovation des PME. Les experts présents dans plus de 67 pays apportent aux entreprises un service d'information, de conseil en droit européen et d'aide au développement tout au long de leurs projets d'innovation et d'internationalisation. Dans ce cadre, l'Enterprise Europe Network - Luxembourg vous invite à une table ronde « Un marché unique en faveur des entreprises: quelles mesures concrètes pour les PME ». Infos: www.cc.lu – een@cc.lu – (+352) 42 39 39-333

10th of July 2018
Luxembourg (L)



China (Henan) – Luxembourg economic conference – New Air Silk Road

A delegation of more than 100 Chinese business people, headed by Mr Wang Guosheng, secretary of CPC Henan Province (tbc), will visit Luxembourg, on the occasion of this conference, organised in collaboration with the China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) of Henan and Henan Civil Aviation Development & Investment Co., Ltd (HNCA). Henan is the birthplace of Chinese civilisation with over 3,000 years of recorded history, and remained China's cultural, economic, and political centre until approximately 1,000 years ago. Today, with its location of the central plain, Henan Province becomes China's logistics hub. Henan is the fifth largest provincial economy of China and the largest among inland provinces. The event is multi-sectoral with focus on the fields of logistics, cross-border e-commerce, tourism, automotive, ICT, finance, etc.

Info: www.cc.lu – china@cc.lu – (+352) 42 39 39-364/335/481 – Na Shi/Lisa Zhang/Violaine Mathurin

Du 19 au 20 septembre 2018
Luxembourg (L)



Accueil d'une délégation algérienne

La Chambre de Commerce accueillera une délégation d'entreprises algériennes menée par la CACI – Chambre algérienne de Commerce et d'Industrie. Cette visite s'inscrit dans la continuité des actions mises en œuvre par la Chambre de Commerce pour rapprocher les communautés d'affaires luxembourgeoise et algérienne et favoriser un courant d'affaires. La visite comprend l'organisation d'un séminaire suivi d'un networking, l'organisation de rendez-vous d'affaires, ainsi que des visites d'entreprises. Infos: www.cc.lu (rubrique Agenda) – maghreb@cc.lu – (+352) 42 39 39-374 – Sabrina Aksil

Le 20 septembre 2018
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires: Serbie & Monténégro

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux luxembourgeois et belges.

Infos: www.cc.lu (rubrique Agenda) – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

Le 20 septembre 2018
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires: Croatie

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux luxembourgeois et belges.

Infos: www.cc.lu (rubrique Agenda) – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

Du 26 au 28 septembre 2018
Opole et Wrocław (PL)

Mission en Pologne

La Chambre de Commerce organise, en collaboration avec la région de Rhénanie-Palatinat, une mission économique en Pologne. Membre de l'OCDE depuis 1996 et de l'Union européenne depuis 2004, la Pologne a été, depuis son adhésion, l'une des économies les plus dynamiques d'Europe centrale et orientale. Elle a ainsi connu, selon les données de la Commission européenne, une croissance moyenne de 3,93 % entre 2004 et 2015, un chiffre nettement supérieur à la moyenne de la zone (2,88 %). L'économie polonaise, engagée depuis la chute du régime communiste dans un vaste processus de transformation et de modernisation, converge ainsi progressivement vers ses voisins d'Europe occidentale. Cette mission permettra d'explorer les nombreuses possibilités de collaboration avec un arrêt à Opole et Wrocław.

Infos : www.cc.lu (rubrique Agenda) – europe@cc.lu – (+352) 42 39 39-360



Photos: Travelbusy, TTR Weekly

Le 27 septembre 2018
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires : Vietnam

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux luxembourgeois et belges.

Infos : www.cc.lu (rubrique Agenda) – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

Le 27 septembre 2018
Luxembourg (L)



Entrepreneurs, parlons d'Europe! (deuxième session)

Court et concis, le nouveau format de rencontres « Entrepreneurs, parlons d'Europe! » permet de réunir les entreprises dans le cadre de petits-déjeuners ou brunches de travail afin d'échanger autour des dossiers européens faisant l'actualité du moment. Organisées en étroite collaboration avec la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg, ces nouvelles rencontres européennes se veulent interactives et pragmatiques.

Infos : www.cc.lu (rubrique Agenda) – een@cc.lu – (+352) 42 39 39-333 – Annelore Domingos

**30 septembre au
4 octobre 2018**
Abidjan (Côte d'Ivoire) –
Accra (Ghana)



Mission économique en Côte d'Ivoire et au Ghana

Organisée par la Chambre de Commerce, cette mission sera principalement axée sur les secteurs des TIC, de l'éco-innovation et de la construction. Les plans de développement économique respectifs de ces deux pays ouvrent la porte à de nombreuses opportunités d'investissement pour les entreprises luxembourgeoises, et il s'agira, à travers cette mission, d'explorer ce potentiel. Les entreprises luxembourgeoises participantes bénéficieront d'opportunités de rencontres avec les acteurs économiques locaux par le biais de forums économiques, de rencontres B2B et de diverses visites de sites / entreprises.

Infos : www.cc.lu (rubrique Agenda) – africa@cc.lu – (+352) 42 39 39-337/379 – Thomas Bertrand / Steven Koener

AGENDA

CALENDRIER DES FORMATIONS

Entrepreneuriat & Gestion d'entreprise				
Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)	RSE & Social - Agir sur le capital humain de l'entreprise	11.07.2018 Cours du jour	3,5h	
Gestion et développement d'entreprise	9 étapes pour booster votre entreprise	05.10.2018 Cours du jour	36h	
	Management skills pour cadres et dirigeants	18.10.2018 Cours du jour	82,5h	
Création et reprise d'entreprise	Structurer son projet de création d'entreprise	24.10.2018 Cours du jour	12h	
	Transmission et restructuration d'entreprise - Aspects fiscaux	25.10.2018 Cours du jour	7h	
Ressources humaines				
Gestion des rémunérations	Gestion et calcul des rémunérations - Initiation	20.09.2018 Cours du jour	16,5h	
	Gestion et calcul des rémunérations - Perfectionnement	11.10.2018 Cours du jour	16,5h	
Gestion du personnel	Gestion des ressources humaines - Initiation	01.10.2018 Cours du soir	63h	
Comptabilité				
Contrôle de gestion	Analyse financière des entreprises - Maîtriser et exploiter les informations	08.10.2018 Cours du jour	32h	
	Savoir lire, comprendre et argumenter sur base d'un bilan et d'un compte de profits et pertes	22.10.2018 Cours du jour	14h	
	Gestion de trésorerie et financement d'entreprise - Initiation	14.11.2018 Cours du jour	14h	
Comptabilité avancée	Normes IFRS - Présentation et application	29.10.2018 Cours du soir	22h	
Droit				
Droit du travail	Droit luxembourgeois et européen de la sécurité sociale	24.09.2018 Cours du soir	32h	
	Droit du travail - Fondamentaux	09.10.2018 Cours du soir	23h	
	Labour law - Fundamentals	09.10.2018 Cours du jour	27,5h	
Droit des affaires	Protection des données personnelles : le cadre légal et sa mise en œuvre pratique	19.10.2018 Cours du jour	4h	
Fiscalité				
Fiscalité des entreprises	Structuring alternative investments (private equity, real estate...) in the post-BEPS era via Luxembourg	18.10.2018 Cours du jour	8h	
	Fiscalité des sociétés au Luxembourg - Application pratique et évolutions récentes	15.10.2018 Cours du jour	16h	
	Fiscalité internationale - Mécanismes des conventions fiscales	18.10.2018 Cours du jour	9h	
	Travailleurs frontaliers : gestion et enjeux fiscaux et sociaux	25.10.2018 Cours du jour	4h	
Informatique				
Sécurité informatique	Introduction to ethical hacking	16.10.2018 Cours du jour	7h	
	Cybersécurité pour le personnel IT - Sensibilisation	25.10.2018 Cours du jour	3h	
Transformation digitale	Transformation digitale : concepts, enjeux et opportunités business	19.10.2018 Cours du jour	7h	
Bureautique et outils informatiques	Microsoft Word - Fondamentaux	25.10.2018 Cours du jour	14h	

Marketing				
	Community manager : positionner, animer, développer des communautés sur le web	12.10.2018 Cours du jour	21h	
Sécurité & Santé au travail				
Travailleur désigné en matière de sécurité et de santé au travail	Concevoir et réussir son évacuation	18.09.2018 Cours du jour	3h	
	Les recommandations de prévention de l'Association d'assurance accident (AAA)	25.09.2018 Cours du jour	3h	
	Les nouvelles règles d'étiquetage et de classification des produits chimiques	08.10.2018 Cours du jour	3h	
Coordinateur de sécurité et de santé sur les chantiers temporaires ou mobiles	Travaux en hauteur	27.09.2018 Cours du jour	4h	
Banques				
Introduction à la place financière, aspects réglementaires et déontologie	Lutte contre le blanchiment d'argent et KYC - Dernières nouveautés	21.09.2018 Cours du jour	2h	
	MiFID II: risk, compliance, regulations	26.09.2018 Cours du jour	8h	
	Wealth management au Luxembourg - Fondamentaux	08.10.2018 Cours du jour	4h	
Fonds d'investissement				
Private equity	Private equity - Fundamentals of the roles and responsibilities of PE professionals	25.09.2018 Cours du jour	4h	
Cadre réglementaire et opérationnel des OPC	UCI's: actors and legal environment in Luxembourg	01.10.2018 Cours du jour	8h	
Fund lawyer	Governance - Roles and responsibilities of funds directors	02.10.2018 Cours du jour	16h	
Construction, ingénierie et architecture				
Architecture et ingénierie-conseil / Énergie et construction durable	Dématérialisation des marchés publics	27.10.2018 Cours du jour	6h	
	Lean management pour la construction (Villego®)	28.09.2018 Cours du jour	7h	
	Dossier de soumission : recommandations et bonnes pratiques / contrôle technique des offres / clauses techniques CRTI-B	05.10.2018 Cours du jour	4h	
	Bâtiment autonome à énergie positive	11.10.2018 Cours du jour	4h	
Horeca				
Hygiène dans le secteur horeca	L'hygiène alimentaire pour le personnel de cuisine des crèches et/ou foyers de jour	10.10.2018 Cours du jour	7h	
	Mise en place de l'HACCP dans l'horeca - Initiation	25.10.2018 Cours du jour	4h	
Développement personnel				
Améliorer l'efficacité de ses démarches commerciales	Communication efficace	24.09.2018 Cours du jour	14h	
	Techniques de mémorisation	25.09.2018 Cours du jour	4h	
Formation de formateur, tutorat, coaching et mentoring	Formation pour tuteurs aides-soignants	25.09.2018 Cours du jour	18h	
Leadership & Management	Management d'une équipe : perfectionnement avec la méthode Process Com	27.09.2018 Cours du jour	21h	



INDEX

1, 2, 3

SàSec **20**

A, B, C

Acropole **72**
ADEM **27**
Agence spatiale européenne (ESA) **51**
Allen & Overy **38**
Amazon **96**
Anis Green **24**
Anis Green Consulting **24**
ArcelorMittal **45**
Armaceil **9**
Ashby Xenia **28**
Assurbox **28**
Astron Buildings **72**
Autoregion **42**
Awex **92**
B-Hive **27**
Back Yves **84**
Bahrain Fintech bay **27**
Baillie Sasha **74**
Bâloise Luxembourg **10**
Banque africaine de développement **72**
Banque mondiale **72**
Banque Raiffeisen **14, 24**
Barber Edward **9**
Bargello **22**
Bausch François **28**
BCE **14, 66**
BCEE Luxembourg **24**
Beauvois Samuel **28**
Bernard-Massard **18**
Bervard Laurence **68**
Bettel Xavier **64**
BGL BNP Paribas **24**
BIL **14, 38**
Bodson Léonard **92**
Bodson Philippe **92**
Braas Romain **10**
Brandenburger Adam M. **57**
Brasserie La Lorraine **16**
Brasserie Nationale **18**
Brebels Johnny **45**
Brever Bois **46**
Brever Corinne **46**
Buck Nicolas **20**
Bundesvereinigung Logistik e. V. (BVL) **53**
Bureau Moderne **9**
Buzzi Unicem **100**
Cactus **10, 14, 20, 22, 38, 102**
Cargolux **12, 64, 72**
Caves Berna **20**
Caves St. Remy – Desom **20**
Centre de promotion des investissements en Côte d'Ivoire **72**
CFL Cargo **52**
CFL Multimodal **52**
Chambre de Commerce **26, 27, 30, 32, 36, 40, 58, 62, 72, 74, 100, 102**

Chambre des Métiers **74**
Chambre des Salariés **62**
Chaux de Contern **100**
Chinalux **34**
Ciccione Thibaut **38**
Ciments Luxembourgeois **100**
Clearstream **16**
Closener Francine **30, 36**
Cluster for Logistics Luxembourg asbl **32, 53**
Cluster maritime luxembourgeois asbl **53, 130**
Cluster MICE **42**
CNPD **80**
Commission européenne **34, 62, 66**
Confédération luxembourgeoise du commerce (clc) **36**
Contern SA – Lëtzebuurger Beton **100**
Coron Jean-Sébastien **38**
Courtilat Mathieu **16**
Cyber Wales **27**
Czech Fintech Association **27**

D, E, F

de Schnékert Traiteur **20**
Debris Benjamin **16**
Delcourt Hugues **14**
Deme **42**
Dennewald Robert **100**
Deroanne Bertrand **28**
Deutsche Börse Group **16**
Deutsche Post DHL **14**
DeVillers Ilana **28**
DHL Parcel **14**
Docler Holding **18**
Domaines Vinsmoselle **20**
Doto Pascal **84**
DreamTime **12**
DuPont de Nemours **45**
Dyckerhoff **100**
EAEC **24**
ECG **38**
École d'hôtellerie et de tourisme du Luxembourg **26**
Ecolutis **40**
EG Group **10**
Elysée Concept **92**
Emma **84**
Empower New Energy **32**
ENMC **130**
Escent **22**
Eupen AG **84**
Eurochambres **64**
European Network of Maritime Clusters (ENMC) **49**
European Research Council **38**
Eurostat **66**
Eve Sleep **84**
Excellium Services **72**
Fedit **20, 27, 40, 74**
Feider Marc **38**
Figo **16**
Finologie **16**
Fintech Belgium **27**
Fintech District Milan **27**

Fintech Scotland **27**
Luxembourg Materials & Manufacturing Cluster **42**
Florentin Charles-Albert **54**
Fondation IDEA **62, 68**
Food4All **28**
Forrester **62**
Foster Norman **96**
Foyer **24**
FR2S **27**
Freecaster **14**
Fülöp Márton **18**

G, H, I, J

Giorgetti **18**
Glas Jan **51**
Glesener Sophie **14**
Goodyear **20, 45**
Google **84**
Greater Green **54**
Grethen Nico **38**
Grethen Michel **27**
Grosbusch **18**
Groupe de travail européen sur le vieillissement démographique **66**
Groupe Foyer **8**
Groupe Schuler **18**
Guangdong De Xu Insulation Materials Co. Ltd **9**
Guardian **45**
Heederhaff **102**
Hein Vincent **68**
Heintz van Landewyck **18**
Hoffmann Marc **38**
Holland Fintech **27**
Horesca **26**
Houphouët-Boigny Félix **72**
House of Entrepreneurship **74**
Houzelot Yoan **16**
Hron Antoine **28**
Hype **88**
Impact Capitalyst **32**
INDR **40**
ING **20**
Innsomnia Accelerator **27**
INR Bodson **92**
Institut de formation de l'Éducation nationale **30**
intermatGR **42**
International Climate Finance Accelerator Luxembourg (ICFA) **32**
International Institute for Management Development **58**
Invest Lithuania **27**
IW Köln **64**
Jan De Nul **52**
JCI Luxembourg **28**
Jonk Entrepreneurs Luxembourg **38**
Jungblut Tom **102**

Dans cet index sont reprises les entreprises et les **personnalités** citées dans ce magazine.

K, L, M, N

K-Kiosk **20**
Kakayannis Takis 32
Kieffer Klot 88
 Kleos Space SA **18**
 Klin **28**
Gluckers Eric 100
Kreft Heinrich Dr. 64
Kugener Steve 88
 La Bulle de Repos **10**
Lagarde Jeroen 18
 Lalux **18**
Lamboley Caroline 14
 Lamboley Executive Search **14**
 Lamesch **10**
Larsen Tine A. 80
Laschet Armin 64
Lazzarini Marc 88
 Leesa **84**
Lessel Tom 38
 Lët'z Go Local **24**
 Lëtzebuerg City Museum **24**
Leurs Tina 38
 Level **39 27**
 LHoFT **27**
 Librairie Ernster **18**
Lis Marc 36, 42
 Luxaviation **24**
 Luxembourg Automobility Cluster **47**
 Luxembourg Centre for Logistics and Supply Chain (LCL) **53**
 Luxembourg Creative Industries Cluster **33, 42**
 Luxembourg Ecoinnovation Cluster **46**
 Luxembourg for tourism **42**
 Luxembourg ICT Cluster **44**
 Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) **50**
 Luxembourg Space Cluster **50**
 Luxembourg Wood Cluster **48**
 Luxembourg-American Chamber of Commerce **38**
 Luxfactory.com **24**
 LuxGovSat SA **74**
 Luxinnovation **36, 74, 84**
 Luxtrust **22**
 LVMH **96**
 Lycée technique de Bonnevoie (LTNB) **26**
 Lycée technique du Centre **28**
 Maison Moderne **18**
 Maisons du Monde **8**
 MAN Truck & Bus AG **18**
Marceul Paul 130
Marinelli Gianluca 38
Maroko Rebecca 28
 Massachusetts Institute of Technology (MIT) **53**
Meisch Claude 34
 Miami University (MU) **38**
 Miami University John E. Dolibois European Center (MUDEC) **38**
 Ministère de l'Économie **27, 36, 53, 74**
 Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance
 et de la Jeunesse **34**
 Ministère du Développement durable
 et des Infrastructures **40**
 Mister Minit **20**

MLQE **30**
Moeremans Dominique 38
Mohamed VI 32
Moncany de Saint-Aignan Frédéric 50
 Mondorf Domaine Thermal **10**
 Moulins de Kleinbettingen **18**
 Mudam **96**
Nalebuff Barry J. 42
 NASA Ames Research Center **12**
 National Composite Centre – Luxembourg (NCC-L) **42**
 Navya **12**
Nizet Vincent 92
 NM Coiffure **20**
 nyuko asbl **38**

O, P, Q, R

Olinger Jean-Paul 38
 Orange **20**
 Oscar Sleep **84**
 Osgerby Jay **9**
Quattara Alassane 72
 Ouni **28**
 Out of Office **10**
Papatheodorou Artémis 27
 Paris Fintech Forum **27**
 Pétilances **30**
 Philharmonie **96**
Piccard Bertrand 12
 PM-International **9**
Poitrinal François 16
 Popcorn **88**
Porter Michael 44
 Portugal Fintech **27**
 Post Luxembourg **14, 24**
 Palsa Pictures **88**
Quéméré Anne 12
 Reed&Simon **9**
 Reporter **68**
Rifkin Jeremy 47, 62, 68
 Rockhal **10**
Rommes Jean-Jacques 38
 RTL **88**

S, T, U

Sales-Lentz **12**
Schmit Nicolas 64
Schneider Etienne 74
Schumpeter Joseph 62
 Serimus Hydro **32**
 Service de la formation des adultes **28**
 Service de la formation professionnelle **28**
 SGI Ingénierie **72**
 Silversquare **10**
 Simba **84**
Simon Marc 88
Singh Kanwar 20
 Sit Group **24**
Smets Carine 96

Smets Pascaline 96
Smets Thierry 96
 SNCF Mobilité **40**
 Société européenne des satellites (SES) **50**
 Sofitel Luxembourg Europe **22**
 Softeam Consulting **22**
 Softeam Group **22**
 Solar Screen International **22**
Sorg Rolf 9
 SOS Villages d'Enfants Monde **14**
 STATEC **58**
 Steel Shed Solutions **72**
Steinmetz Paul 27
 SuperDrecksKëscht **20, 30, 40**
 Supermiro **16**
 Tarkett **45**
 Tediber **84**
Thelen Carlo 64
 Thessaloniki Chamber of Commerce and Industry **27**
Thibaut Hervé 22
Touri Hassan 32
 Tsipras Alexis **27**
 TTK **28**
 Tuft & Needle **84**
 Uberis Capital **32**
 UEL **27, 38**
 Université du Luxembourg **8, 30, 38, 46, 96**
 UP Foundation **34**
 Utermarck Jan **18**

V, W, X, Y, Z

Verginis Ioannis 27
 Villeroy & Boch **26**
 Vitra **9**
 Volkswagen **18**
 Voyages Emile Weber **18, 20**
Waringo Georges 88
Weber Alessio 38
Weydert Raymond 18
Winants Antoine 84
 World Economic Forum **58**
Wurth Michel 38
 Zeler Hugo **22**
 Zubairi Nasir **27**

MERKUR

Juillet | Août 2018

IMPRESSUM

ÉDITÉ PAR LA CHAMBRE DE COMMERCE EN COLLABORATION AVEC MAISON MODERNE



CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

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

Téléphone: (+352) 42 39 39 380

Fax: (+352) 43 83 26

E-mail: merkur@cc.lu

Homepage: www.merkur.lu

CHAMBRE DE COMMERCE
DU GRAND-DUCHÉ
DE LUXEMBOURG

7, rue Alcide de Gasperi

L-2981 Luxembourg

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

RÉDACTEUR EN CHEF

Patrick Ernzer - patrick.ernzer@cc.lu

RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE

Corinne Briault - corinne.briault@cc.lu

RÉDACTION

Catherine Moisy - catherine.moisy@cc.lu

Marie-Hélène Trouilleux -

marie-helene.trouilleux@cc.lu

Edouard Lehr - edouard.lehr@cc.lu

Sonia Jourdan - sonia.jourdan@cc.lu

ILLUSTRATION

DE LA COUVERTURE

Brian Miller

COLLABORATIONS

Fondation IDEA

Affaires économiques, Chambre de Commerce

Affaires internationales, Chambre de Commerce

PHOTOGRAPHES

Laurent Antonelli, Emmanuel Claude,

Pierre Guersing, Gaël Lesure,

Jean-Baptiste Moisy, Charles Caratini,

Kliewer Fotografie, Vincent Remy,

Maëlienn de Coatpont, Charles Soubry, SIP

CONCEPTION GRAPHIQUE

DU POSTER

Bizart / Chambre de Commerce



MAISON MODERNE

10, rue des Gaulois

Luxembourg-Bonnevoie

Téléphone: (+352) 20 70 70-300

Fax: (+352) 26 29 66 20

E-mail: mediasales@maisonmoderne.com

www.maisonmoderne.com

RÉGIE PUBLICITAIRE

Maison Moderne

DIRECTEUR ASSOCIÉ

Francis Gasparotto (-301)

SALES MANAGER

MAGAZINES ET GUIDES

Olivier Schweizer (-324)

CHARGÉE DE CLIENTÈLE

Virginie Laurent (-322)

ASSISTANTE COMMERCIALE

Céline Bayle (-303)

ADMINISTRATION

Isabelle Ney (-014)

DIRECTION ARTISTIQUE

ET MISE EN PAGE

Maison Moderne

TIRAGE

35.000 exemplaires



Please Recycle

Finished reading this publication?
Archive it, pass it on or recycle it.

COMMUNIQUÉS DE PRESSE

merkur@cc.lu

PROCHAINE ÉDITION

13 septembre 2018

DATE LIMITE D'ENVOI

DE MATÉRIEL POUR

LA PROCHAINE ÉDITION

27 août 2018

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 2017 – 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



UNE APPROCHE HOLISTIQUE ENCORE EN JACHÈRE

Un cluster est un formidable outil de développement économique : il donne à ses membres de la visibilité, leur permet de développer leurs connaissances, réseaux et affaires. Il marie les forces économiques, institutionnelles et scientifiques autour d'un secteur et d'un territoire.

Nous avons la chance d'en compter 11 au Grand-Duché de Luxembourg. Bien que les secteurs qu'ils incarnent semblent de prime abord étrangers les uns aux autres, cet écosystème peut fonctionner en symbiose. J'ai eu la chance d'en faire l'expérience au Cluster maritime luxembourgeois.

Avec une douzaine d'entreprises issues d'au moins trois autres clusters, nous avons mis bout à bout des services et un savoir-faire multisectoriel en vue de proposer à la République du Cabo Verde une approche globale pour la surveillance de sa zone maritime. C'est notre offre luxembourgeoise clés en main, et pour ainsi dire holistique, qui a persuadé les décideurs locaux et désarçonné la concurrence des grandes nations maritimes. Nous traitons à plusieurs les multiples facettes d'un même problème, embrassons toute sa complexité dans une approche inédite.

Si nous nous étions cantonnés aux seules expertises de notre cluster, nous n'aurions jamais fait la différence. Pour être honnête, cette offre est née au hasard des lectures et des rencontres.

Ce succès montre la nécessité de mieux se connaître les uns les autres, de connaître toute la richesse et l'excellence de l'offre luxembourgeoise dans ses secteurs tradi-



tionnels et émergents. Nous, managers des clusters, avons chacun une bonne vision d'ensemble de nos secteurs. Il est donc essentiel de les partager et de créer pour cela un cénacle nous réunissant régulièrement, tous.

À l'instar de la surveillance maritime, de nouvelles filières et chaînes de valeur inédites pourront être structurées. Sans parler des bénéfices attendus d'un échange fréquent de bonnes pratiques, de l'identification d'économies d'échelle possibles...

Dans ce contexte, j'ai suivi avec beaucoup d'intérêt le lancement de la plate-forme *creativecluster.lu* par Madame la Secrétaire d'État Francine Closerer.

Cet outil va systématiser les échanges entre les métiers créatifs et permettre de dépasser le stade des collaborations ponctuelles. L'étape suivante pourrait être la création, sur le même modèle, d'une méta-plate-forme utilisant des algorithmes et jetant des ponts entre les différents clusters du Grand-Duché de Luxembourg et combinant toutes les expertises. Des collaborations

entre clusters doivent être aussi cherchées au niveau européen. Au sein de l'ENMC, j'ai pu ouvrir des marchés autrefois inaccessibles à nos entreprises.

Le Cluster Mice a, quant à lui, un rôle particulier, fédérateur, à jouer dans cet écosystème de clusters.

En alignant nos stratégies et en réfléchissant ensemble avec les autres clusters aux salons, congrès et autres rassemblements professionnels que nous pourrions faire venir - voire créer de toutes pièces -, nous offrirons des vitrines sur le monde pour nos fleurons et secteurs économiques prioritaires.

Ainsi, nous attirerons l'attention d'investisseurs, de partenaires et de nouveaux talents sur la destination. ●

Paul Marceul

*Manager du Cluster Mice -
Ancien manager du Cluster maritime -
Ancien secrétaire général de l'ENMC -
Intervenant du master franco-allemand
de management des clusters*



voyages

emile weber

***Pour vos événements et incentives,
nous ne manquons pas d'imagination.***



 **MICE SOLUTIONS**

Nous innovons pour assurer le succès de votre business.

Mettez de la couleur dans vos événements, apportez de la dynamique pour vos conférences, créez de l'engagement pour vos incentives, rendez vos meetings mémorables. Nos solutions MICE prennent la forme de vos projets et évoluent avec leurs besoins. Le plaisir sera au rendez-vous de vos invités.

Meetings • Incentives • Conferences • Events

(+352) 35 65 75-385

mice@vew.lu

www.mice.lu

ROBOTS ARE NOT TAKING OVER

At the Experience Center we shape technology with **humans** in mind.

experience.pwc.lu

“Leading in changing times for our Clients, our People and Society.”

