

MERKUR

Magazine de la Chambre de Commerce du Luxembourg

Septembre | Octobre 2019



Économie du savoir
Prosperer dans
un monde immatériel

4 €



9 770241 841366



Telkea Academy

<https://telkea.academy>

Votre nouveau partenaire dans la formation de vos équipes

Formations professionnelles sur-mesure ou sur catalogue

COMMENT PROTÉGER LE CAPITAL INTELLECTUEL ?

Dans une étude publiée en 1962, l'économiste autrichien Fritz Machlup observe qu'une tranche grandissante de la population américaine gagne sa vie en manipulant de l'information et que l'industrie de la connaissance compte aux États-Unis pour 29 % du PIB.

Le concept d'économie du savoir est né et les travaux de Machlup seront étudiés, repris et approfondis dans de nombreux pays et par de nombreuses organisations internationales, dont l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), qui regroupe une bonne trentaine de pays développés ayant en commun un système de gouvernement démo-

cratie et une économie de marché. L'importance grandissante des activités liées au savoir dans l'économie contemporaine sera par la suite confirmée par de nombreuses autres études. À la fin des années 1990, les industries de la connaissance représentent plus de 50 % du PIB de la zone OCDE.

troisième facteur de production. Dans cette nouvelle ère de l'économie du savoir, dont l'avènement s'est accéléré sous l'effet conjugué du développement du secteur des services, du progrès technologique (et notamment des technologies de l'information et de la communication) et de la globalisation des marchés, la productivité et la croissance de l'économie dépendent de plus en plus du savoir, de l'éducation, de l'information et de la technologie. Or, contrairement au capital et au travail, le savoir est un bien immatériel et, en tant que tel, il soulève la question de la propriété. À qui appartient une pensée, une idée, un concept intellectuel ? À celui qui les forme

“
Le champ des possibilités pour rentabiliser pleinement un investissement en capital intellectuel est bien plus vaste qu'il n'y paraît.
”

cratique et une économie de marché. L'importance grandissante des activités liées au savoir dans l'économie contemporaine sera par la suite confirmée par de nombreuses autres études. À la fin des années 1990, les industries de la connaissance représentent plus de 50 % du PIB de la zone OCDE.

Le monde est entré de plain-pied dans une nouvelle ère économique dans laquelle le savoir a rejoint le capital et le travail comme

en premier dans son esprit ? À celui qui les expose sous forme d'un discours prononcé ? À celui qui les matérialise en les couchant sur papier ? Ou simplement à celui qui les présente comme une nouvelle solution à un problème technique et parvient à les faire breveter ? Qu'en est-il des noms de sociétés et de produits ? À partir de quand un nom est-il considéré comme une marque et à partir de quel moment une marque tombe-

t-elle dans le domaine public (réponse page 74 de ce numéro) ? Ces questions complexes trouvent leurs réponses dans le droit de la propriété intellectuelle qui règle l'ensemble des droits exclusifs accordés sur des créations de l'esprit.

Dans une société de l'information et du tout digital, la performance d'une entreprise dépend plus que jamais de sa capacité d'innovation et de recherche, et donc du travail intellectuel de ses employés. L'entreprise a par conséquent un intérêt vital à protéger ses investissements en capital savoir. Notre dossier du mois explique les moyens pour y parvenir, en mettant en lumière les possibilités proposées par le droit de la propriété intellectuelle pour se prémunir contre les préjudices commerciaux induits par la concurrence déloyale. Il montre aussi les limites de la protection offerte par la propriété intellectuelle pour couvrir l'ensemble du savoir et du savoir-faire d'une entreprise. C'est pourquoi nous consacrons la rubrique juridique de ce mois aux secrets d'affaires, qui seront à l'avenir mieux protégés par la loi luxembourgeoise et ne passeront ainsi plus entre les mailles de la propriété intellectuelle.

Si l'arsenal juridique est constamment adapté pour donner aux entreprises et créatifs les moyens de protéger au mieux le fruit de leur travail intellectuel, une protection totale n'existera jamais. Dans certains cas, l'absence de protection peut être perçue comme un avantage, voire constituer un choix stratégique délibéré pour accélérer le développement et la qualité d'un produit. Toute l'industrie des logiciels *open source* repose sur le principe du partage du code source afin de permettre à la communauté des développeurs de le parfaire en le complétant et en éliminant ses failles. Entre le chacun pour soi et le tous ensemble, le champ des possibilités pour rentabiliser pleinement un investissement en capital intellectuel est donc bien plus vaste qu'il n'y paraît. ●

Patrick Ernzer
Rédacteur en chef

MERKUR

Septembre | Octobre 2019

08 — 42 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 — 70 ÉCONOMIE

58 Société d'impact sociétal

Un statut juridique adapté aux entrepreneurs engagés

62 Économie circulaire

Dépoussiérer le passé pour consolider l'avenir

66 Die 18. Deutsch-Luxemburgische Wirtschaftskonferenz

Mobilität neu denken – Eine moderne Infrastruktur für die Großregion

70 Le chiffre du mois

Imperceptible simplification ?

72 — 73 ÉCLAIRAGE JURIDIQUE

72 Secrets d'affaires

Désormais mieux protégés



44 — 57

DOSSIER

Économie du savoir

Prosperer dans un monde immatériel

La montée en puissance des actifs immatériels des entreprises est fulgurante. La croissance est de plus en plus tributaire des hausses de productivité fondées sur le savoir qui, contrairement à la main-d'œuvre, aux ressources naturelles et au capital physique, ne s'épuise pas. Le dossier est dédié à l'avènement de cette « économie du savoir » et au rôle-clé qu'y joue la propriété intellectuelle.



FICHE IDEA

FICHE DÉTACHABLE N° 19
Secteur financier :
combien d'emplois ?



76 MARKET WATCH

Belgique
Le royaume voisin et cousin



82 – 88 STARTUPS

Vivien Muller

82 **Mu Design: l'émotion à fleur de pot**

Sébastien Berthelot

86 **Moovee: les entreprises emportées par le courant**



90 – 96 SUCCESS STORY

Gilles Gérard

90 **Luxlait: 100 % luxembourgeois depuis 125 ans**

Amal Choury

94 **e-Kenz: tailleur de SAP sur mesure**



98 – 101 VISITE ENTREPRISE

Goblet Lavandier & Associés

98 **Bâtir demain**

City Hotel

100 **Nouvelle jeunesse!**



102 – 113 RETOUR EN IMAGES

102 **B2Fair: le concept de matchmaking fête ses 15 ans**

106 **Visites d'entreprises: direction le nord**

111 **Lu-Cix: 10 ans au cœur de l'Internet**

112 **Asteroid Day 2019**

114 – 117
AGENDA

122 CARTE BLANCHE

François Lafont

Luxembourg Business Events, des enjeux et des opportunités

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



NEWS

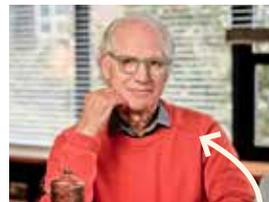
22 **Corporate News**

40 **Institutional News**



BUSINESS VOICES

74 **Brand name
How it becomes generic**



INTERVIEW

Zev Siegl

78 **"Starbucks did have a distinctive culture. We were passionately customer oriented"**

With nearly 30,000 stores across 78 countries, USD 25 billion in revenue, and employing just short of 300,000 people worldwide (data from end 2018), Starbucks is a true global empire and today has become one of the most memorable brands in the world. This coming 9 October, the House of Entrepreneurship has invited Zev Siegl, one of the three co-founders of Starbucks, as a keynote speaker at Entrepreneurs' Days.



PICTURE REPORTS

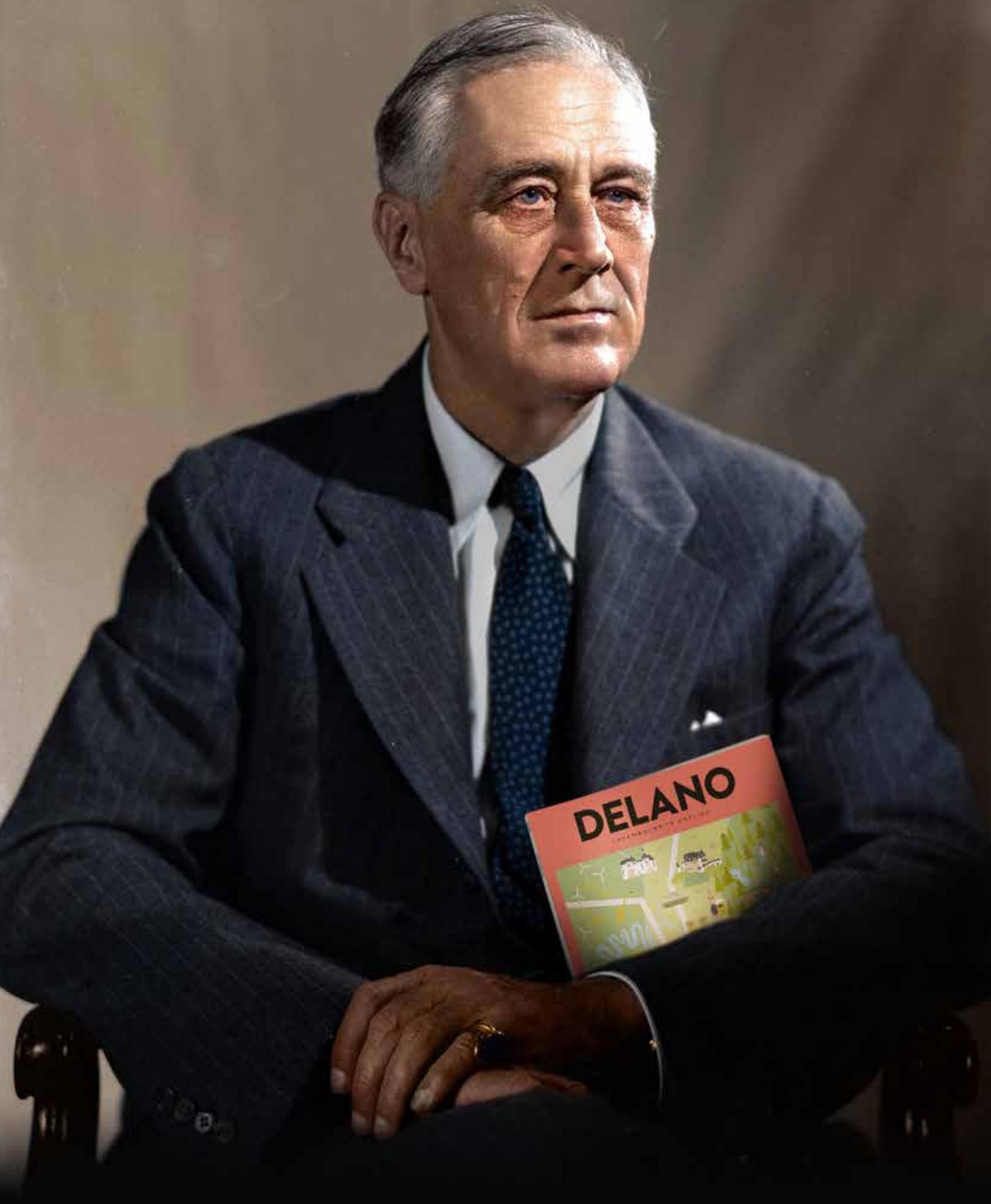
108 **South Korea: Official mission**

110 **Taiwan: Luxembourg joint business council**

It's a new De(a)lano!

New editorial formula. Out now.

Subscribe to our magazine at delano.lu





01.



02.



03.

01. De longues photos panoramiques montrant la gare au 19^e siècle ornent le plafond à la façon d'une fresque et ancrent le Quai Steffen dans son quartier et son environnement ferroviaire.

02. Tabourets hauts, chaises classiques, fauteuils et tables basses... Le Quai Steffen s'adapte à toutes les envies et chacun peut s'y attarder ou manger rapidement suivant son humeur et ses contraintes du moment.

03. Le Quai Steffen, c'est aussi un bar de 10 places où les plus pressés peuvent s'attabler.

GRUPE STEFFEN

UN RESTAURANT EST ENTRÉ EN GARE

Le groupe Steffen a mis l'été à profit pour accrocher un nouveau wagon à son train de saveurs et embarquer les voyageurs dans une nouvelle aventure culinaire en gare de Luxembourg-ville, tout en étant fidèle à ses valeurs de qualité, d'esthétique et de service. L'inauguration officielle aura lieu dans quelques jours, le 25 septembre, en présence de quelques ministres.

Photos : Groupe Steffen

Le dernier-né de la famille Steffen était en gestation depuis de nombreux mois, après que le groupe a remporté pour une période de 10 ans la concession d'exploitation suite à l'appel d'offres des Chemins de fer luxembourgeois en octobre 2017. Une première étape avait été

take-away en novembre 2018. Ainsi, les quelque 70.000 usagers de la gare de Luxembourg ont pu avoir un avant-goût des recettes Steffen, qui font la part belle aux produits de saison locaux.

Après plus d'un an et demi de travaux de rénovation et de mise en conformité et l'inter-vention de 25 sociétés, du gros

œuvre aux finitions, 80 réunions techniques et plus de 1.500 heures de travail de toute l'équipe, le restaurant tant attendu a pu ouvrir ses portes cet été pour succéder à l'ancien Buffet de la gare, dont on se souvient du charme désuet. Changement de décor : cette fois, on entre de plain-pied dans un univers élégant au design contemporain mais chaleureux, rehaussé par l'accueil enthousiaste du personnel.

Ce nouvel écrin doit satisfaire des clientèles très différentes : celle des repas d'affaires à la recherche d'un confort gourmand, et celle, pressée, de passage ou travaillant dans le quartier. La carte a donc été conçue tout en nuances, combinant des mets du terroir, une gamme végétarienne, des produits avant-gardistes et ceux qui font partie de la culture européenne. L'équipe, une cinquantaine de passionnés, s'est donné l'été pour la peaufiner en fonction des remarques des clients, car ceux-ci sont au cœur de la démarche. Tout comme le sont les préoccupations environnementales et de développement durable, comme l'explique Frank Steffen, fondateur du groupe : « *Nous soutenons la consommation saine, équilibrée, locale et durable. Nous mettrons tout en œuvre pour obtenir, comme pour toutes les autres marques de notre groupe, la reconnaissance ESR (Entreprise Socialement Responsable).* »

Le restaurant Quai Steffen, qui compte 123 places assises, est ouvert tous les jours de l'année, dimanche et jours fériés inclus, de 6 h 30 à 23 h.

Après l'inauguration officielle du 25 septembre, l'étape suivante sera l'ouverture d'une terrasse de 80 couverts, mais ça, c'est pour l'été 2020. ●

ALLIANZ Association avec OKO

Allianz a conclu un partenariat de coopération avec la startup d'assurtech OKO. Ce partenariat vise à apporter une assurance récolte de façon innovante et efficace pour les petits exploitants agricoles en Afrique. Allianz et OKO vont concevoir des produits d'assurance paramétriques qui indemniseront automatiquement les agriculteurs en cas de conditions météorologiques défavorables. Dans le cadre de ce partenariat, OKO apportera son expertise en analyse de données et sa technologie de distribution mobile, tandis qu'Allianz apportera sa capacité d'assurance et de réassurance à ces produits d'assurance récolte. Il s'agit de la deuxième étape d'une collaboration qui a débuté au Mali avec

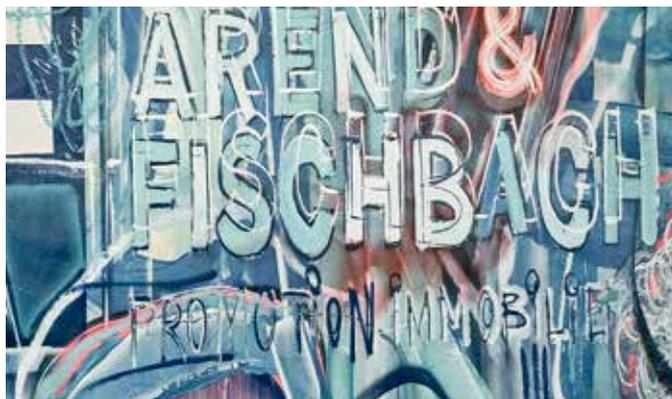
un programme pilote au cours duquel OKO a démontré sa capacité à offrir des services d'assurance aux populations non bancarisées via leur téléphone mobile. Qu'ils aient un smartphone ou non, les agriculteurs maliens ont pu, grâce à OKO, souscrire une assurance, payer par paiement mobile et recevoir une indemnisation sur leur téléphone. Fondée en 2018, OKO utilise des données satellitaires et un partenariat avec des opérateurs de téléphonie mobile pour sécuriser les revenus des agriculteurs grâce à des produits d'assurance automatisés. OKO a récemment fini à la seconde place des Fintech Awards 2019 organisés conjointement par KPMG Luxembourg et la LHoFT (Luxembourg House of Financial Technology) où OKO est basée. ●



FUNCK-BRICHER Bientôt de la bière bio!

Il y a quelques mois, la Brasserie Nationale dévoilait son projet d'approvisionnement en malt d'orge bio auprès d'agriculteurs luxembourgeois, pour sa bière Funck-Bricher. Situés à Hupperdange et à Kalborn dans le nord du Luxembourg, ces agriculteurs ont semé l'équivalent

de 30 hectares d'orge bio. La récolte a eu lieu début août et ce sont désormais ces orges brassicoles bio et locales qui seront utilisées pour le brassage de la Funck-Bricher. La Brasserie Nationale a choisi de valoriser une agriculture durable et des circuits courts pour limiter les transports de matières premières de qualité, dont la provenance est connue. ●



ARENDE & FISCHBACH 30 ANNÉES D'EXPÉRIENCE!

À travers tout le Luxembourg dans des localisations géographiques privilégiées, l'association N. Arend & C. Fischbach réalise des promotions et opérations immobilières résidentielles depuis trois décennies.

L'histoire de l'association remonte à 1989 quand les actionnaires fondateurs Nico Arend et Carlo Fischbach décident de s'associer pour se lancer dans la promotion immobilière.

Depuis le décès de Carlo Fischbach en 2017, son fils, Laurent, assure sa succession.

Dans un premier temps, l'association se consacre à la réalisation de lotissements.

Par la suite, Arend & Fischbach a entamé la réalisation d'immeubles résidentiels pour proposer aujourd'hui des appartements de haute qualité. Depuis la création de la société filiale Maisons Loginter en 1995, l'entreprise s'est lancée également dans

la réalisation de maisons « clés en main ».

En intensifiant ses efforts en matière de construction écoresponsable, le groupe est devenu un des pionniers nationaux des maisons passives et à basse consommation d'énergie. Aujourd'hui, Arend & Fischbach détient une forte part de marché dans le domaine résidentiel au Luxembourg.

La structure solide que l'entreprise s'est forgée démontre clairement une politique dynamique, mais prévoyante, et ciblée vers le long terme. ●

Plus d'informations sur les projets : www.arend-fischbach.lu.



01.

01. Traite des vaches à la ferme Biohaff Witry.

02. Dans le laboratoire d'Anna et Paul, Thomas Menweg, chef pâtissier, confectionne la glace avec le lait ramené de la ferme.

03. La glace vanille est prête à être dégustée.



02.



03.

ANNA ET PAUL

ET CAROLINE, PIERRE, THOMAS ET LES AUTRES

Une escapade gourmande organisée par le glacier de Bertrange, Anna et Paul, le 25 juillet 2019, a permis de faire découvrir à un groupe de journalistes la production en circuit court d'une glace d'exception. De la traite des vaches au service à table, il s'est écoulé moins de trois heures.

Texte : Catherine Moisy

Photos : Paul Moisy (01), Emmanuel Claude / Focalize (02, 03)

Le voyage commençait à Dippach, dans la ferme de Caroline et Pierre Witry-Massard, ferme pédagogique (accueil de classes durant la période scolaire), productrice de lait bio. Tous les matins, la traite a lieu entre 7 h et 9 h. Pour l'occasion, quatre vaches avaient attendu notre visite pour offrir leurs pis à la trayeuse électrique à 10 h 30. Le lait ainsi

prélevé est directement injecté dans le tank de refroidissement, sans aucun ajout ou traitement. 86 % des 300.000 litres produits chaque année avec les 42 vaches laitières sont réservés à la laiterie coopérative BIOG-Molkerei. Le reste est vendu directement à la ferme, dont une partie au glacier Anna et Paul, qui s'y fournit exclusivement. Depuis 2013, la ferme propose égale-

ment un distributeur automatique de lait, accessible en permanence, où chacun peut venir s'approvisionner avec ses propres récipients.

Chaque semaine, le lundi (jour de fermeture de la boutique et de production des glaces), Anna et Paul vient chercher entre 35 et 70 litres de lait pour sa production hebdomadaire. La ferme étant située à moins de 10 km de la boutique, le transport ne prend pas plus d'un quart d'heure. Le lait arrive ainsi dans le laboratoire où officie Thomas Menweg, chef pâtissier. Avec Pavel Silenchuk, propriétaire de l'enseigne Anna et Paul, celui-ci a déjà élaboré 240 recettes de glaces, parfois au goût surprenant. L'assortiment compte 8 à 10 parfums qui changent chaque semaine. Au moment de notre visite, en pleine canicule, nous avons pu goûter un sorbet concombre-citron des plus rafraîchissants,

un sorbet crémant-pêche ou encore une glace avocat-citron vert. Mais le lait provenant de la ferme, pasteurisé à l'atelier, était destiné ce jour-là à la confection de la fameuse glace vanille «à la belge» commandée par le restaurant Brasserie des Jardins à Merl. La recette spécialement mise au point pour ce client incorpore de la véritable vanille Bourbon en gousse, ingrédient devenu très rare du fait de son coût élevé.

Une fois la glace confectionnée à l'atelier, celle-ci a été livrée en moins d'un quart d'heure à la brasserie cliente, qui la fait entrer dans la composition de sa coupe du chef (glace vanille, compotée de fruits rouges, meringue, fraise, chantilly). Nous avons pu la déguster et être ainsi témoins qu'il a fallu moins de trois heures entre la production de la matière première (lait) et la vente du produit fini (glace). ●

BRISEZ LES LIMITES DE VOTRE BUSINESS.



OPTEZ POUR L'ESPRIT LIBRE DE JEEP® COMPASS.

JEEP® COMPASS LIMITED: FULL LEASING À PARTIR DE € 563/MOIS HTVA⁽¹⁾

DONNEZ A VOTRE BUSINESS LA BONNE DIRECTION. CONTACTEZ VOTRE BUSINESS CENTER JEEP®, POUR UNE OFFRE FLEET SUR MESURE. PLUS D'INFOS SUR JEEP.LU

 (L/100 KM) : 5,1-8,3 NEDC 2.0  (G/KM) : 129 - 190 NEDC 2.0

(1) Loyer mensuel HTVA pour une Jeep Compass Limited 1.4 MultiAir 140 ch 4x2. Offres en location à long terme profil Optimum de 48 mois et 80.000 km, réservée aux utilisateurs professionnels domiciliés au GDL - Paiement par domiciliation bancaire. Amortissement et charges financières, taxes, entretiens et réparations, assurances, franchise 2%, 4 pneus hiver et 4 pneus été, assistance routière et véhicule de remplacement inclus. Offre via FCA Fleet Services, une division d'Axus Luxembourg S.A., 270 route d'Arlon - L-8010 Strassen, sur base des prix catalogue et tarifs en vigueur le 01/07/2019 et valable pour une période limitée dans le temps, sous réserve de modification du prix catalogue, du prix des options et accessoires et de la remise fleet. Sous réserve d'acceptation de votre dossier financier par notre assureur crédit et après signature de notre contrat cadre et accord sur les conditions générales qu'il contient. Contactez votre distributeur pour connaître les conditions précises de l'offre et obtenir une offre sur mesure. Les véhicules illustrés ne correspondent pas à la version, ni au prix décrits. E.R.: Yann Chabert. Annonceur: FCA Belgium S.A., Rue Jules Cockx 12a - 1160 Bruxelles. RPM: Bruxelles. BCE 0400.354.731. IBAN FCAB: BE 86 4829 0250 6150. Informations environnementales [règlement grand-ducal 17/03/2003]: www.jeep.lu.

Jeep[®]
THERE'S ONLY ONE

BRÈVES



PAYCONIQ

Développement continu

Payconiq International a collecté 20 millions d'euros lors d'une levée de fonds menée par ses principaux actionnaires. La plate-forme de paiement mobile basée au Luxembourg a construit son succès notamment grâce à une approche de microservices flexibles. Le financement servira à accélérer les nouveaux développements, à renforcer l'intégration avec les banques et les commerçants, ainsi qu'à consolider la présence de la fintech au Benelux. Duke Prins, PDG de Payconiq, estime en effet « que chaque personne dotée d'un compte bancaire et d'un smartphone doit pouvoir profiter des avantages du digital ».

ACTION

À l'est, du nouveau

Le samedi 27 juillet 2019, l'enseigne Action a ouvert un nouveau point de vente, le septième au Luxembourg, dans le centre commercial Borders, à Schengen, sur une surface de plus de 1.000 m². L'enseigne hollandaise, spécialisée dans la distribution de produits non alimentaires à petits prix, est déjà présente à Mersch, Esch-Belval, Marnach, Strassen, Beggen et Echternach. Borders est situé à la frontière entre le Luxembourg, la France et l'Allemagne, zone de passage et destination shopping et touristique pour les frontaliers.



KRONOSPAN

Investissement durable

Le 24 juillet 2019, Étienne Schneider, ministre de l'Économie, a visité l'entreprise familiale Kronospan, spécialisée dans la production de panneaux de fibre de bois, qui s'est lancée en 2017 dans un ambitieux programme d'investissement pour la modernisation et l'automatisation de ses processus

de production, conformément aux principes de l'économie circulaire. L'entreprise s'est également dotée de centrales de cogénération pour la production d'énergie thermique et électrique. Ainsi, à partir de biomasse, elle produit plus d'énergie qu'elle n'en consomme. Présent au Luxembourg depuis 1994, le groupe emploie plus de 320 salariés sur son site de Sanem. ●

ARVAL

Partenariat avec la Croix-Rouge

Le Service des aides et soins de la Croix-Rouge luxembourgeoise (affilié au réseau Help) a officialisé son partenariat avec Arval Luxembourg portant sur la gestion en leasing opérationnel d'une flotte de près de 750 véhicules qui permettront à ses équipes de remplir leur mission sur l'ensemble du territoire. Cette signature est le fruit d'un travail de plusieurs mois, faisant intervenir l'expertise des différents services d'Arval Luxembourg pour répondre avec justesse et efficacité aux critères exigeants imposés par un tel partenariat. « C'est une grande fierté et un honneur », selon les mots de Gerry Wagner, directeur général. ●

IMMOBILIER

UN GRAND PROJET POUR JUNGLINSTER

La ville de Junglinster s'apprête à accueillir un projet immobilier inédit qui réunira un centre de loisirs, un hôtel, de la restauration à thème, des boutiques, des bureaux, une crèche, un parking... le tout sur 37.000 m².

L'initiative du projet revient à la société luxembourgeoise Invest Finance, propriétaire du terrain, en association avec la société Les Arches Métropole, promoteur en immobilier commercial, avec le soutien des autorités communales de Junglinster. La société Inowai a été désignée comme agent exclusif pour la commercialisation.

L'attraction phare du nouvel ensemble sera le centre de loisirs de plus de 8.000 m², unique au Luxembourg, proposant des activités indoor et outdoor, s'adaptant à tous les publics et convenant à toutes les météo : escalade, bowling, *laser game*, *escape game*, trampolines, parcours Ninja Warrior, espace dédié aux anniversaires, plaine de jeux pour



les petits et, en extérieur, un parcours accrobranche. La fréquentation du futur complexe devrait être assurée grâce à la proximité du Lënster Lycée, celle du golf et celle du Mullerthal, avec ses nombreuses possibilités de randonnées.

Les espaces de bureaux seront aménagés sur 2.500 m² et bénéficieront des infrastructures environnantes (crèche, espace fitness, restaurants...). Un hôtel permettra de répondre à la fois aux attentes de la clientèle business, notamment avec des salles de conférences, et à celle des nombreux touristes de la région.

Le nouveau site devrait ouvrir ses portes fin 2021 et créer entre 250 et 300 emplois. ●



Chauffeur routier. Plus qu'un métier, une passion.

Etre sur la route. Etre libre. Voir le monde entier. Etre son propre chef.
Rejoins-nous en devenant chauffeur Routier.

Rejoins RoadStars sur www.roadstars.mercedes-benz.com,
la communauté des truckers.

Mercedes-Benz

Trucks you can trust



Merbag S.A.

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

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

BRÈVES



PWC / CFL

Pour une mobilité flexible

Flex Carsharing by CFL (Flex) soutient PwC dans la mobilité flexible et durable de ses collaborateurs, qui ont désormais accès à l'offre Flex à l'échelle nationale. 15 véhicules fournis exclusivement à PwC par Flex sont disponibles dans une station fermée, installée devant le bâtiment de l'entreprise. Avec Flex, les collaborateurs de PwC peuvent se rendre au travail ou à une réunion avec la clientèle, de manière responsable et adaptée à leurs besoins individuels ou commencer leur trajet en train ou en autobus et le compléter avec un véhicule Flex.

DOGHOUSE FILMS

Fritz arrive !

D'après le roman jeunesse *Fritzi war dabei* de Hanna Schott (illustrations de Gerda Raidt - Klett Kinderbuch, 2009), *Fritz arrive* dans les salles luxembourgeoises cet automne. Coproduit par Pierre Urbain et David Mouraire (Doghouse Films) au Luxembourg, avec Balance Film et TrickStudio Lutterbeck (DE), MAUR Film (CZ) et Artémis Productions (BE), ce long métrage d'animation 2D a été en grande partie réalisé au Luxembourg, dans les studios de Doghouse à Differdange où les artistes ont réalisé une partie du story-board, le layout décors, tous les décors couleurs, l'animation des effets spéciaux 2D et toute la 3D des véhicules, dont la fameuse Trabant.

LUXAVIATION GROUP / DOMAINE L&R KOX

DES DRONES AU-DESSUS DES VIGNOBLES LUXEMBOURGEOIS

Luxaviation Group, l'un des plus importants opérateurs d'aviation privée au monde, dont le siège social est à Luxembourg, a lancé en juillet 2019 un projet pilote pour la pulvérisation des vignobles luxembourgeois à l'aide de drones, en coopération avec le Domaine L&R Kox de Remich.



Le projet, initié par Corinne Kox, jeune vigneronne passionnée par les nouvelles technologies appliquées à la viticulture, est géré par Luxaviation Drones, membre du Groupe Luxaviation. Cette nouvelle initiative témoigne de l'engagement pris l'an dernier par l'opérateur d'entrer sur le marché des drones et de le développer en tant que branche d'activité supplémentaire du groupe. Ainsi, au cours de la deuxième semaine du mois de juillet, des pilotes instructeurs expérimentés en pulvérisation aérienne ont effectué avec succès des essais d'équipement, suivis d'une asperersion réelle avec des produits phytosanitaires biologiques au-dessus de vignobles du Domaine L&R

Kox. Les drones font désormais partie d'une tendance largement adoptée par les agriculteurs et les viticulteurs qui souhaitent faire évoluer leurs techniques de production vers plus d'efficacité et de précision, tout en réduisant l'érosion et la pollution sonore dans le voisinage, en préservant l'environnement, le tout en améliorant potentiellement la qualité du produit final. Si les opérations de pulvérisation qui se sont déroulées durant l'été se révèlent être une réussite pour les vignobles traités, le Groupe Luxaviation prévoit de commercialiser les services de pulvérisation de vignes à l'aide de drones dans le monde entier d'ici la fin de l'année 2019. ●



MINUSINES

Intégration par l'emploi

En 2017, le spécialiste de l'éclairage Minusines s'est engagé dans l'intégration sur le marché de l'emploi luxembourgeois des personnes ayant obtenu la protection internationale. En mai dernier, en coopération avec le projet pilote INTER-C, Eyobe Habte Paulos, originaire d'Érythrée, a ainsi intégré l'équipe

de Minusines. Son profil a été retenu à l'issue d'un processus de recrutement mené en coopération avec le projet INTER-C qui a activé un vaste réseau d'associations, dont l'Asti, qui a proposé le candidat en question. Des stages de professionnalisation et des formations sont d'ores et déjà prévus pour favoriser encore plus l'intégration du nouveau collaborateur. ●

BIL / BANK OF CHINA

Accord de coopération

La Banque internationale à Luxembourg (BIL) et Bank of China (Luxembourg) ont signé un accord de coopération visant à établir une relation commerciale stable et durable. La BIL et Bank of China travaillent ensemble depuis longtemps, et avec cet accord, les deux banques pourront tirer parti de la complémentarité de leur expertise sur leurs marchés domestiques et de leurs services pour offrir aux clients corporate des services de premier ordre, tant en Europe qu'en Chine. La collaboration concerne les domaines de la finance d'entreprise, les activités sur les marchés financiers et de trésorerie, les événements marketing et le développement de produits communs. ●

your business advisors



Anything becomes possible

corporate finance & modeling / strategy & sustainability / operations & performance

arendt.com/advisory

BRÈVES



CARGOLUX

Plus de rotations vers la Chine

Cargolux Airlines International a lancé une troisième rotation hebdomadaire vers Xiamen (Chine) depuis le 1^{er} juillet 2019, pour répondre à une demande croissante de ses clients. Le nouveau service sera assuré le lundi matin au départ de Luxembourg. Le vol retour se fait le mardi, via Los Angeles. Les deux autres vols hebdomadaires quittent Luxembourg les mercredis et vendredis. Ce service supplémentaire renforce la position de Cargolux sur les voies commerciales transpacifiques et fournit la seule liaison directe de fret entre Xiamen et les États-Unis.

TOURISME

Un premier camping classé

Le 13 juillet 2019, Auf Kengert (Larochette) est devenu le premier établissement à obtenir la classification officielle mise au point par Campilux (association des campings luxembourgeois) et le ministère de l'Économie. La classification est basée sur un catalogue de critères grâce auxquels chaque camping peut s'auto-évaluer, complété d'une inspection sur place, débouchant sur l'attribution d'étoiles (de une à cinq). La classification a pour objectif de délivrer une information fiable aux clients, en toute transparence.

TAPIS HERTZ

ACTIVITÉ RECENTRÉE

Après 73 ans de présence dans la Grand'Rue, Tapis HERTZ, enseigne familiale luxembourgeoise historique, quittera le centre-ville à la mi-novembre et concentrera son activité sur ses deux autres points de vente, par volonté de garantir la viabilité de l'entreprise et pour s'adapter à un environnement de consommation qui change rapidement.



Nathalie Aach, actuelle dirigeante de l'enseigne Tapis Hertz reconnaît volontiers qu'« il y a des décisions plus faciles à prendre que celle de quitter un lieu dont l'histoire vous a accompagné tout au long de votre vie et ce depuis votre enfance ». La maison familiale, a en effet été créée en 1946 par son grand-oncle Rodolphe Hertz. La décision de réorganiser la société et de ne garder que les magasins du centre commercial Belle-Etoile et de Helfent-Bertrange, s'est malgré tout imposée après mûre réflexion. L'objectif est de trouver un nouveau modèle économique viable à long terme, dans un paysage commercial qui évolue à grande vitesse : « Les habitudes de consommation, le succès des ventes

sur Internet, le manque de places de parking [...], nous ont mené à reconsidérer notre stratégie d'entreprise et à concentrer nos activités sur les deux points de vente qui nous permettent de répondre à cette nouvelle demande », explique Nathalie Aach.

Tout est en place pour garantir la continuité des services habituels de l'enseigne, qu'il s'agisse des commandes en cours, de la carte de fidélité ou des marques représentées. Les points de vente restants bénéficieront d'un assortiment augmenté et d'une remise à neuf (Helfent-Bertrange). Grand'Rue, l'opération de déstockage se poursuivra jusqu'au 14 novembre 2019, date de fermeture définitive du point de vente. ●

**LUXEMBOURG ART WEEK
Déjà la cinquième édition !**

Pour sa cinquième édition, la foire d'art contemporain de Luxembourg, qui se déroulera du 8 au 10 novembre 2019 à la Halle Victor Hugo, va agrandir sa surface d'exposition de plus de 1.000 m² et proposera une nouvelle section, First Call, dédiée aux galeries internationales présentes pour la première fois, dont celle du

Colombien Adrián Ibáñez. La nouvelle configuration permet en outre d'offrir de plus grandes surfaces à chaque exposant. Au total, plus de 60 galeries, institutions culturelles et associations d'artistes seront présentes. La foire sera enrichie d'une programmation complète : conférences, performances, projections. ●

NEXFIN

Financement de l'immobilier

Nexfin, société nouvellement créée au Luxembourg, ambitionne de dynamiser le marché du courtage en prêts immobiliers en proposant un outil digital gratuit pour simuler les coûts, l'exposition au risque et les économies fiscales de chaque solution de financement. En cas de remboursement anticipé du prêt, pour cause de revente, déménagement ou départ du Luxembourg, l'outil permet de calculer le coût réel du prêt sur la période écourtée en y incluant une évaluation de l'indemnité de rupture. Enfin, Nexfin propose un accompagnement pour structurer un financement parfaitement adapté au profil et au projet de chaque client. ●

L'INNOVATION AU SERVICE DE LA CONSTRUCTION

Ancrée dans le paysage luxembourgeois de la construction, CDCL s'inscrit dans une vision d'avenir soutenue par des valeurs fortes, partagées au quotidien par ses collaboratrices et collaborateurs.

Pleinement orientée « recherche et innovation », CDCL s'adapte en permanence aux nouvelles technologies, techniques, nouveaux matériaux et enjeux environnementaux, pour répondre aux besoins de ses clients.

www.cdclux.com

**BUILDING
TOMORROW**

CDCL 
COMPAGNIE DE CONSTRUCTION LUXEMBOURGEOISE

BRÈVES



CONCEPT FACTORY

En route vers le marché chinois

L'agence de conseil en communication Concept Factory, à travers son réseau international Tribe Global, a signé un accord de collaboration avec l'agence Sinclair (photo) basée à Hong Kong, Shanghai et Beijing. Ce nouveau partenariat permet à l'agence luxembourgeoise de développer son activité internationale et d'offrir à ses clients un accompagnement MarkCom et RP rapproché en Asie Pacifique (APAC) avec un focus tout spécial sur la Chine.

LIBERTY STEEL

Acquisition d'aciéries d'ArcelorMittal

Liberty Steel, du groupe mondial de Sanjeev Gupta, GFG Alliance, a finalisé l'acquisition de sept aciéries majeures et cinq centres de services européens d'ArcelorMittal à travers l'Europe. Le marché conclu pour 740 millions d'euros place Liberty Steel dans le top 10 des producteurs mondiaux, hormis la Chine, avec une capacité totale de plus de 18 millions de tonnes couvrant une large gamme de produits finis issus de l'acier et, désormais, des effectifs de près de 30.000 collaborateurs à travers 30 pays.



VICTORINE

Du champ au bitume!

Après l'ouverture de boutiques au centre-ville de Luxembourg et dans le quartier de la gare, Victorine s'est récemment installée dans le Shopping Center de la Cloche d'Or. Créée par Pascal Brasseur, Victorine offre le même concept dans toutes ses enseignes : être un « fast good » à midi dans lequel on savoure un fresh spring roll, une salade,

un wrap, un plat en bocal ou une tarte, avec des recettes tenant compte des différents régimes dont 70% de préparations végétariennes, des filières agricoles durables, des produits « faits maison » avec une recherche constante de saveurs, le tout dans le respect d'un équilibre alimentaire. Victorine propose aussi pour le soir ou le week-end des plats à emporter prêts à réchauffer. ●

PROXY DELHAIZE

Ouverture dans le quartier Soho

Proxy Delhaize Soho (quartier Gare de la capitale) a ouvert ses portes au public à la fin du mois de juin dernier. Ce magasin de proximité a vocation à répondre à toutes les exigences modernes ainsi qu'aux besoins hebdomadaires et quotidiens des clients. Il offre ainsi un assortiment complet de produits frais, tout en répondant aux besoins du consommateur : facilité, rapidité et convenance, offre qualitative de produits alimentaires et bien évidemment, comme son nom le laisse entendre, la proximité, tant du point de vue de la localisation que des relations avec ses clients. ●

OUNI

UN DEUXIÈME MAGASIN À DUDELANGE

Depuis quelques mois, OUNI, la première épicerie bio sans emballage du Luxembourg, s'est tournée vers son expansion commerciale. L'exploration de plusieurs pistes dans l'ensemble du pays a abouti à la décision d'ouvrir une seconde épicerie à Dudelange.

« Ce choix rassemble à la fois le soutien de la commune, le dynamisme d'une communauté locale d'habitants qui porte le projet, ainsi qu'un bassin de clients et de membres potentiels très important au sud du pays », explique Amélie de Courcel, gérante de la coopérative OUNI. Ainsi, le second magasin ouvrira ses portes grâce à l'apport en capital que constitueront les achats de parts dédiées à Dudelange. Cette levée de fonds « locale » permettra de couvrir les frais d'installation, tout en concrétisant l'intérêt des habitants du sud du pays à ce que ce magasin voit le jour. Fidèle à son ADN, OUNI restera une seule et même coopérative, unique entité juridique avec deux points de vente. L'as-



semblée générale des membres a validé ce projet. En effet, la coopérative OUNI a vocation à apporter le bio sans emballage au plus grand nombre de consommateurs, impatientes de pouvoir faire des achats écoresponsables au plus près de chez eux. Afin de soutenir cette ouverture, comme pour le premier magasin de Luxembourg-ville, OUNI offre la possibilité aux personnes intéressées d'acheter une ou plusieurs parts via son site Internet (www.ouni.lu). « En outre, tous les talents sont les bienvenus pour prêter main forte à l'aménagement du magasin, mais aussi dans la durée en tant que membres actifs », précise Rébecca Maroko, présidente du conseil d'administration d'OUNI. ●

19

Liberté

BANQUE
PRIVÉE

NOS OFFRES
D'INVESTISSEMENT
RÉPONDENT À VOS BESOINS
ET À VOTRE PROFIL

SELFINVEST

ACTIVINVEST

ACTIVINVEST⁺

ACTIVMANDATE



SPUERKEESS

PROXIMUS LUXEMBOURG

Un siège social à la hauteur de ses ambitions

Inauguré officiellement en juin dernier en présence du Premier ministre Xavier Bettel et de Dominique Leroy, CEO de Proximus Groupe, le nouveau siège de Proximus Luxembourg marque une nouvelle étape pour la société qui rassemble Tango et Telindus sous la même bannière, dans la mise en œuvre d'une stratégie globale et ambitieuse portée par une culture d'entreprise commune. Après la fusion de Tango et Telindus, le 1^{er} janvier 2019, pour former la société Proximus Luxembourg, ce déménagement sur un site unique rassemble toutes les entités de l'entreprise, jusqu'alors établies entre Bertrange, Strassen et Esch-sur-Alzette. Ce nouveau siège de 19.500 m², dont 10.000 m²

de bureaux, est conçu pour favoriser les initiatives et le travail d'équipe. Il va permettre l'éclosion d'une culture commune, ainsi que la mise en œuvre d'une stratégie ambitieuse, offrant le meilleur des expertises de chacune des entités sur leurs marchés respectifs. En effet, en cumulant les 40 ans de Telindus et les 20 années d'expérience de Tango, Proximus Luxembourg regroupe tous les atouts pour offrir à ses clients des solutions toujours plus adaptées. Ce nouveau bâtiment prend également en compte le bien-être des collaborateurs et des initiatives pour l'environnement ont été développées, telles que l'incitation à faire du covoiturage, l'éclairage intelligent, les stores automatisés ou le parking incluant des espaces dédiés aux vélos pour favoriser la mobilité douce. ●



BABYSITS.LU

Une nounou, vite et bien

Le site babysits.lu, nouvellement créé, propose une interface de mise en relation entre parents et baby-sitters facile à utiliser, moderne et intuitive. Chacun de son côté peut poster des informations, les baby-sitters à propos de leur profil (description, taux horaire, diplôme, disponibilité...), et les parents sur les détails de leur recherche (horaires, lieu, âge des enfants). Tous ces

renseignements sont vérifiés afin d'offrir un service de qualité, sécurisé. La relation peut ensuite être gérée entièrement par l'application, jusqu'à la planification des rendez-vous. Le site est consultable via internet ou application mobile. Babysits est né d'une start-up néerlandaise fondée en 2008 par Peter Van Soldt. L'entreprise est présente aujourd'hui dans plus de 24 pays, rassemblant plus d'1,2 million d'utilisateurs. ●



TELKEA

90 BOUGIES SOUFLÉES

La société Telkea a récemment célébré ses 90 ans d'existence en présence de nombreuses personnalités du monde politique et économique. À partir de son ancrage luxembourgeois, le Groupe Telkea est aujourd'hui implanté dans plusieurs pays européens où il a développé des activités d'intégrateur ICT, d'opérateur télécom et de fournisseur de services cloud.

Créé en 1929 sous le nom de Société luxembourgeoise de téléphonie, Telkea ICT est l'un des principaux intégrateurs de services informatiques et télécom au Luxembourg.

Avec sa société sœur Telkea Telecom (anciennement Netline), l'entreprise est le fer de lance du Groupe Telkea au Grand-Duché. Téléphonie, ancien nom de Telkea, présente à sa création le concept plutôt révolutionnaire de proposer des contrats de location de matériel téléphonique.

La société devient Telkea en 2016 et poursuit sa diversification avec le rachat de Tree Top SA, Treetop PSF et Ariane-Soft SA, lui permettant d'assurer une masse critique dans certains domaines et une complémentarité

dans d'autres. Malgré son développement tout au long de ses 90 années d'existence, Telkea, qui compte aujourd'hui un peu plus de 140 collaborateurs, a toujours souhaité rester une entreprise à taille humaine, offrant à ses clients de proximité réactivité, flexibilité et personnalisation accrue, tout en ayant la capacité de s'adapter aux processus des grands groupes.

« Aujourd'hui, nous travaillons autant pour de très grandes multinationales que pour des communes ou des PME.

Nous avons donc recruté ces trois dernières années 40 techniciens et ingénieurs, afin de faire face, mais aussi d'anticiper les demandes de nos clients », explique Daniel Magitteri, directeur général. ●



Et vous,
comment
**IMAGINEZ-
VOUS**
l'avenir ?

ACTIF

Oui, vous pouvez imaginer l'avenir avec sérénité : innovant, audacieux même, ou simplement confiant.

Oui, vous pouvez oser aller toujours plus loin ; au bout de vos projets et de vos rêves parce que vous êtes parfaitement bien accompagné par nos équipes d'experts.

Des équipes dédiées qui prennent activement soin de votre patrimoine pour que demain vous appartienne.

Vous souhaitez en savoir plus ?

www.degroofpetercam.lu

ou prenez rendez-vous au **+352 45 35 45 42 19**

IN BRIEF

KPMG / LHOFT
Fintech Awards

Tokeny Solutions, a Luxembourg alternative finance fintech startup, has won this year's Fintech Awards Luxembourg. The Lighthouse Award, given to the startup that best harnesses data-driven technology, went to DreamQuark (France) for artificial intelligence. This 4th edition of the competition was organised by the Luxembourg House of Financial Technology (LHoFT) and KPMG and held at KPMG Luxembourg's headquarters on 19 June.

Of the 20 semi-finalists invited to Luxembourg, eight were regtech startups, showing the continuing demand for regulatory services, while insurtech, wealth management, robo-advisors, and other sub-sectors were also represented.

HLD / APATEQ
Investing in cleantech

HLD Europe, a private equity fund, has made its first investment in Luxembourg, becoming a shareholder of Apateq, a water purification cleantech company. Founded in 2013, Apateq is based in Luxembourg and designs and manufactures equipment with proven membrane technologies. These state-of-the-art techniques treat water in oil and gas extraction, and also following the washing process of exhaust from large vessels. The company grew from a turnover of EUR 2 to 30 million in 2018.

LUXAIR
Catering with class

Luxair Luxembourg Airlines has decided to completely change its business class catering concept as part of its continuous improvement approach.

This new concept is the result of a two-year collaboration with Villeroy & Boch, which has always played a prominent role in Luxembourg's history and

heritage, and My Roots, founded by the chefs René Mathieu and Mario Willems. Their healthy, colourful and flavoursome cuisine focuses on nature's treasures and the new menus, which will be prepared by LuxairServices Catering chefs, are served on board Luxembourg Airlines flights as of June 2019. ●

TIACA / CHAMP

**INHERIT
THE EARTH**

The International Air Cargo Association (TIACA) is launching a new working group to define and deliver a sustainability programme for the air cargo industry in order to help meet the increasingly important role of sustainability in today's world.

The air cargo industry is launching one of the first sustainability projects of its kind and TIACA has signed a partnership agreement with CHAMP Cargosystems to support the initiative. A highlight of the project will be the yearly "Air Cargo Sustainability Award", which will be launched at the association's summit later this year. The objective of the competition and the award is to generate ideas and stimulate sustainability initiatives in the air cargo sector. This will be the first time something like this is organised within the industry and recognition will be on a global level. TIACA and CHAMP will also work with members, partners, and industry repre-



sentatives to establish a common vision on sustainability. Together they will develop, promote, and support several campaigns to tackle challenges connected to the three interconnected pillars of sustainability: the environment, economics, and social aspects.

"Ultimately, each of us is responsible for tomorrow's world and we are accountable for the future state of the Earth - not only for us, but also for those who will inherit it," said Arnaud Lambert, CEO at CHAMP Cargosystems. ●

More info:
www.tiaca.org, www.champ.aero

HOFSTEDE INSIGHTS

**Leveraging
cultural diversity**

Hofstede Insights has announced the incorporation of Hofstede Insights Luxembourg-Belgium. Using research-backed methodologies and supported by a global network, Hofstede Insights offers consulting, training, certification, and practical tools to organisations and individuals to address cultural and organisational challenges in international settings. In this new office, Tatjana von Bonkewitz, Marc Jacobs, and Jean-Pierre Coene combine their experience in management, sales, R&D, marketing, HR and consultancy, and training in intercultural organisations to help others leverage cultural diversity. ●

#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/myingpro

ING 

OCSIAL Joining the Global Unicorn Club

OCSIAL, the Luxembourg-based manufacturer that is the world's largest producer of graphene nanotubes, was recently added to the CB Insights Global Unicorn Club, a list of private startup companies valued at USD 1 billion or more. OCSIAL made the Global Unicorn Club list after A&NN Investments acquired a 0.5% stake in the company for USD 5 million. When it entered the market in 2014, OCSIAL was the first company to produce high-quality graphene nanotubes on an industrial scale and offered graphene nanotubes to consumers at a price that was 75 times lower than those on the market, thereby making nanotubes accessible to a much larger number of industries. OCSIAL's revenues have been doubling annually and the company expects to go public by 2025. Nanotubes are now widely used in the aerospace, automotive, construction, mining, electronics and transport industries

and offer considerable benefits related to energy efficiency and the reduction of CO₂ emissions. "By industry standards, graphene nanotubes are a relatively new material. Today we are observing the emergence of markets for its application," said Yuriy Koropachinskiy, president of OCSIAL. "What is important is that these include not only the high-tech sector, but also mass-produced goods. We believe the company will be worth at least USD 100 billion in ten years' time." OCSIAL Group plans to implement the world's largest graphene nanotube synthesis plant in Luxembourg and is also launching a Research & Development Center that will create around 200 jobs and attract talent to Luxembourg for state-of-the-art technologies. OCSIAL is confident that its plans will give Luxembourg a significant push to become a leading European hub for nanotechnology. ●

More info: ocsial.com



CFL Creative steps to reduce freight's environmental footprint

Noah's Train is an artistic initiative launched by several European railway companies together with the Rail Freight Forward coalition to promote rail freight transport and thus reduce the environmental footprint of freight transport in Europe. Two freight containers joined the train in Luxembourg this July and were painted by Luxembourg artists Daniel Mac

Lloyd and Alain Welter, helping to create the longest mobile artwork in the world. Founded after the COP24 climate change conference in Katowice, Poland, in December 2018, the Rail Freight Forward coalition now has 18 members, including CFL Cargo, which, along with CFL Multimodal, is promoting rail transport in Europe, and Luxembourg in particular, and aims to double rail freight in Europe from 18% to 30% by 2030. ●



APATEQ

PURE WATER

The Swedish municipality of Mörbylånga has inaugurated a pioneering water treatment plant that includes technology from Luxembourg's cleantech innovator Apateq.

Due to an increasing lack of drinking water, the municipality of Mörbylånga, on Sweden's second largest island Öland, opened a bidding process to find a solution to ensure a constant supply of fresh water. Previously, water was transported from the continent to the island, which created dependency on external supply, sustained ongoing risks of water shortages, and was a source of environmental pollution and traffic disturbances due to water transport.

Luxembourg cleantech innovator Apateq excelled above all competitors in the tender process that included established world market leaders in the sector. The plant treats brackish water as well

as pre-treated industrial process water within one single installation. This multifunctionality is possible due to a combination of technologies that Apateq developed over the years, including dedicated software that enables the plant to self-adapt to different water qualities. The system is designed to handle a flow capacity of 500 to 4,000 cubic metres per day, depending on seasonal demand.

The inauguration of the plant, which is the result of a partnership between Swedish and Luxembourg companies, was held in July with Their Royal Highnesses Victoria, Crown Princess of Sweden, and Prince Félix of Luxembourg in attendance. ●

La 4G Box dans une



Repartez avec Internet !

La 4G Box est disponible dans tous les shops POST Telecom :
bénéficiez de **l'Internet Haut Débit** pour votre bureau
tout de suite et en toute **simplicité** grâce à la 4G.

www.post.lu/pro/4gbox • 8002 4000



INTERVIEW



JERRY KLEIN
Manager GIE Luxembourg
for Shopping - Letzshop.lu

Quel bilan tirez-vous un an après le lancement de la plate-forme Letzshop.lu ?

« Depuis 1995, les consommateurs font leurs achats sur Amazon et ont pris certaines habitudes. Letzshop n'a pas vocation à concurrencer les géants du commerce électronique, comme Alibaba, Amazon ou Cdiscount, mais se positionne plutôt comme une alternative pour soutenir le commerce local et offrir des services. Dans un premier temps, la priorité a été d'assurer le fonctionnement technique et logistique du site, objectif aujourd'hui atteint ! Les estimations en termes de commandes et de fréquentation ont été dépassées, avec plus de 2.000 visites par jour, et le travail de notre équipe pour assurer le référencement des produits de nos adhérents sur Google porte ses fruits. Mais il reste encore de nombreux commerçants à convaincre de la nécessité d'être présent sur le web. Ils doivent aussi être conscients de leurs responsabilités par rapport aux attentes des clients, gérer les commandes et les stocks et livrer rapidement !

Comment la plate-forme va-t-elle évoluer à plus long terme ?

« En juin 2019, nous avons lancé le bouton 'My Online Shop', qui s'intègre facilement sur les sites à majorité non transactionnels des commerçants, pour rediriger les internautes vers la plate-forme d'achat. Une quarantaine de nos adhérents l'ont déjà adopté. Il est prévu aussi de mettre en place un filtre qui permettra de sélectionner les produits manufacturés au Luxembourg, afin de booster le *made in Luxembourg*. Enfin, nous allons renforcer la publicité autour de la plate-forme en nouant des partenariats avec d'autres acteurs du marché. »



LETZSHOP.LU

UN AN APRÈS : QUEL BILAN ?

Lancée en septembre 2018, la plate-forme nationale Letzshop permet aux commerçants du Luxembourg de vendre leurs produits en ligne et de profiter des efforts de marketing de l'initiative. Aujourd'hui, si 230 commerces ont adhéré, il en reste près de 3.000 à convaincre.

Photos : fruugo, Pierre Guersing

En 2017, le pourcentage de résidents du Luxembourg ayant effectué des achats en ligne était de 80 %, avec plus de 7 millions de colis expédiés depuis l'étranger vers le Luxembourg. Un chiffre qui augmente de 10 % en moyenne par an, alors que seulement 7 % des commerces luxembourgeois proposent la vente en ligne ! Mise en place et gérée par le groupement d'intérêt économique (GIE) Luxembourg for Shopping, Letzshop vise à soutenir la digitalisation du commerce de détail, confronté à de nombreux défis dans le cadre de l'importance grandissante de la vente en ligne. Moyennant une cotisation fixe annuelle de 500 euros par participant, Letzshop propose une vitrine et un canal de vente online et génère du passage dans les magasins que les clients découvrent en ligne. Aujourd'hui, le site propose 350.000 produits à la vente et offre à ses adhérents une multitude de services qui vont au-delà de la simple vente en

ligne. Ainsi, des investissements en SEO (Search Engine Optimisation) sur Google optimisent le référencement des produits. La plate-forme academy.letzshop.lu propose des informations utiles pour développer le commerce en ligne. Les commerçants peuvent profiter d'ateliers de formation au marketing et à l'e-commerce, et sont aussi régulièrement mis en avant par le biais de publications sur les médias sociaux, comme Instagram ou Facebook (25.000 abonnés). Le service de livraison est assuré par Michel Greco et Letzshop prend en charge les actions ponctuelles de livraisons gratuites au sein du Luxembourg.

Les partenaires du projet Letzshop sont le ministère de l'Économie, la Chambre de Commerce, la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc), la Ville de Luxembourg, ainsi que 16 villes et communes. ●

Plus d'informations sur : join.letzshop.lu

Ketterthill,
partenaire de votre santé



PASSEZ DU TEST AU RESULTAT

EN UN CLIC SUR
VOTRE TELEPHONE.

—
Votre suivi en toute transparence
avec l'App Ketterthill



KETTERTHILL

LABORATOIRE D'ANALYSES MÉDICALES

INTERVIEW



FRÉDÉRIQUE ULRICH
Head of business
development & marketing
de Lu-Cix asbl

Comment présenteriez-vous les Internet Days à quelqu'un qui ne connaîtrait pas cet événement ?

« Les Luxembourg Internet Days sont rapidement devenus un événement incontournable pour les acteurs de l'ICT, c'est le seul événement du secteur pour le secteur. Nous accueillons plus de 1.100 professionnels pour discuter en profondeur de deux problématiques ciblées et intimement liées à l'Internet. Les plus de 50 stands, les conférences, les partages d'expériences et les ateliers sont autant de moyens pour amener les acteurs à se rencontrer.

Quels sont les points forts du programme cette année ?

« Nous avons pris le parti d'organiser un jour vraiment technique sur le thème de la sécurité des réseaux et du cloud ('Network & Cloud Security') et un jour à destination des professionnels de tous secteurs, intéressés ou concernés par la transition numérique de leur entreprise, commerce ou institution. Comme tous les ans, nous avons fait un gros travail de recherche d'orateurs de qualité, experts dans leur domaine, afin de proposer des personnalités inhabituelles au Luxembourg, ce qui est également un de nos éléments différenciateurs. Les Luxembourg Internet Days ne sont pas un événement durant lequel nos visiteurs retrouvent toujours et encore les mêmes interlocuteurs, nous avons à cœur d'enrichir l'écosystème avec de nouveaux acteurs de qualité. La France est le pays à l'honneur de l'édition 2019, choisi en fonction d'une actualité commune. L'événement intervient pile un an après l'Appel de Paris, lancé par Emmanuel Macron, qui vise à développer la confiance et la sécurité dans le cyberspace et le Luxembourg fait partie des 66 premiers États adhérents. De plus, la France est volontaire en matière de transition numérique, de recherche d'e-croissance et la FrenchTech est un vivier d'innovation avec lequel il est capital d'apprendre à collaborer. L'événement sera l'occasion de créer des passerelles durables entre la France et le Luxembourg. »



LU-CIX

LUXEMBOURG INTERNET DAYS : BIENTÔT LA NOUVELLE ÉDITION !

Depuis près de six ans, grâce à leur concept unique, les Luxembourg Internet Days, qui se dérouleront les 12 et 13 novembre prochains, sont devenus un événement reconnu et incontournable pour les professionnels qui s'y retrouvent chaque année afin de discuter des problématiques et des solutions aux défis que soulèvent Internet et le numérique.

Photos : LU-CIX

L'événement Luxembourg Internet Days, avec son inimitable approche à la fois technique et pragmatique, est, depuis six ans déjà, l'occasion irratable pour les professionnels des TIC de se rencontrer, pour discuter et avancer sur leurs problématiques propres. Articulé autour de présentations d'experts, de débats interactifs, de partages d'expériences et d'un salon, l'événement attire chaque année un nombre croissant de visiteurs professionnels venus de la Grande Région et au-delà. Cette année, les deux thèmes traités seront la « Sécurité des réseaux & du cloud » le 12 novembre, et « E-commerce & digitalisation » le 13 novembre, deux thématiques extrêmement sensibles, fondamentalement interdépendantes et vitales pour l'équilibre et la pérennité économique de nos sociétés. Les organisateurs ont choisi de mettre la France à l'honneur de l'édition 2019, en raison de

sa forte implication dans la lutte contre la cybercriminalité et son dynamisme en matière d'innovation dans le domaine du numérique. En parallèle, très active dans ce secteur, la France voit également l'émergence d'initiatives innovantes, comme la frenchtech, et les avancées prodigieuses que permet le numérique. Un espace sur le salon sera réservé aux entreprises françaises désireuses de renforcer la collaboration transfrontalière et la construction de passerelles entre nos deux pays. Le programme, toujours plus riche, réservera une belle place à des ateliers et formations prodigués par des spécialistes pour permettre aux visiteurs professionnels d'obtenir des réponses concrètes à leurs problématiques précises. ●

Plus d'infos :

www.luxembourg-internet-days.com

Les AFTERWORKS de la Propriété Intellectuelle.

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

30/09
2019

Pre-event conference in Belval
The essentials of intellectual property
(in cooperation with Luxinnovation)

10/10
2019

Applis et réseaux - quelle protection ?

📍 Chambre de Commerce, Luxembourg - Kirchberg 🕒 18h00-20h00

**Intellectual Property: at the intersection
between health and technologies**

📍 Centre Hospitalier de Luxembourg, Luxembourg-Centre 🕒 18h00-20h00

16/10
2019

23/10
2019

**La propriété intellectuelle au coeur
du processus créatif**

📍 Chambre des Métiers, Luxembourg - Kirchberg 🕒 18h00-20h00

Programme et inscription : www.ipil.lu



INSTITUT
DE LA PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE
LUXEMBOURG

En partenariat avec



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

Office de la propriété intellectuelle

Avec le support de



BRÈVES


**HOUSE OF
ENTREPRENEURSHIP
Plan d'affaires digital**

La House of Entrepreneurship finalise un nouvel outil digital, myBUSINESSPLAN, accessible gratuitement en ligne, pour permettre aux porteurs de projet, créateurs ou repreneurs d'entreprise, de générer un business plan et de pouvoir évaluer le potentiel de leur future activité. L'outil peut être utilisé pour la structuration d'un projet, son évaluation financière ou une planification poussée. Il se veut à la fois didactique, complet et simple d'utilisation grâce à un formulaire intelligent intégrant une partie financière. Il permet à l'entrepreneur de réadapter le business plan au fil des évolutions de son projet. L'outil se base sur une arborescence agile, qui dépend du type d'activité menée : commerce traditionnel, industrie, profession libérale, services, innovation, artisanat, industries créatives... Le lancement de ce nouvel outil est prévu pour la fin du mois de septembre. Il sera en phase pilote jusqu'à la fin de l'année. Des séances d'information auront lieu une fois par mois à la House of Entrepreneurship, qui porteront sur les fondamentaux du business plan et comprendront une démonstration de l'outil myBUSINESSPLAN. Plus d'informations et dates des workshops (rubrique Agenda) : www.houseofentrepreneurship.lu



JONK ENTREPRENEUREN
Rassemblement européen
Say It, meilleure mini-entreprise luxembourgeoise de l'année, a pris part à la 30^e édition de la JA Europe Company of the Year Competition à Lille les 4 et 5 juillet 2019. Plus de 200 jeunes de 40 pays ont ainsi participé à cette finale européenne en se qualifiant dans leurs pays

respectifs. Cet événement coïncidait avec les 100 ans de Junior Achievement Worldwide et avec le 2^e Entrepreneurship Education Summit, qui a rassemblé de nombreux acteurs de l'éducation entrepreneuriale pour des plénières avec des conférenciers internationaux et des discussions interactives. ●

**BNL / UNI
Coopération
pour la culture**

Le 10 juillet 2019, une convention-cadre a été signée entre la Bibliothèque nationale (BnL) et celle de l'Université, appelée Luxembourg Learning Center (LLC). Les deux parties se concerteront et veilleront à la complémentarité de leurs collections d'ouvrages. La convention définit aussi une coopération en matière d'acquisition, de gestion et de mise à disposition de publications numériques. L'intégration des collections physiques et numériques de la BnL et du LLC dans un portail d'accès et de recherche unique accroît la visibilité et l'accessibilité des collections des deux principales bibliothèques de recherche et d'étude du Luxembourg. ●

SNCI

**ARGENT
MOINS CHER**

La Société nationale de crédit d'investissement (SNCI), établissement bancaire de droit public, spécialisé dans le financement à moyen et long terme des entreprises luxembourgeoises, a baissé les taux applicables à ses principaux instruments de financement.

Avec cette décision, la SNCI réaffirme sa volonté de soutenir le développement économique du pays et d'encourager les entreprises à s'engager dans des projets d'investissement. Les prêts concernés par la baisse des taux sont le crédit d'équipement, les prêts à moyen et long terme, ainsi que le prêt indirect développement.

Le crédit d'équipement, prêt indirect accordé par l'intermédiaire des banques, est réservé aux petites et moyennes entreprises artisanales, commerciales, hôtelières ou industrielles. Son taux passe de 1,5 % à 1 % par an. Le taux d'intérêt du prêt à long terme (8 à 10 ans) est ramené de 2,5 % à 1,625 % par an. Ce type de prêt sert au financement des équipements de production ainsi que des immeubles et terrains professionnels d'en-



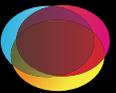
treprises industrielles ou de services, de toutes tailles. Le taux du prêt à moyen terme (5 ans) passe de 2 % à 1,375 % par an. Le prêt indirect développement (PID) est accordé par l'intermédiaire des banques pour cofinancer des investissements amortissables, mais aussi des cash-flows opérationnels négatifs. Ses taux sont désormais alignés sur ceux des prêts à long et moyen terme, soit respectivement 1,625 % et 1,375 % par an. ●

Plus d'informations : www.snci.lu ;
Photo (le 27 juin 2019) de la signature de la collaboration entre la Chambre de Commerce et la SNCI qui assure désormais une permanence tous les mardis au sein de la House of Entrepreneurship

ENJOY THE FEST, WE DO THE REST.



www.apex.lu

apex 
Excellence in sound, light & video

AIDES ÉTATIQUES

AUX PME

Comprendre le nouveau régime

Au cours du mois de juin 2019, le ministre des Classes moyennes, Lex Delles, a présenté, dans le cadre de cinq conférences publiques, les mesures d'aides prévues par la nouvelle loi en faveur des PME, représentant plus de 15 millions d'euros par an. Ces conférences, organisées en collaboration avec la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers, la SNCI et le Guichet unique PME, ont rassemblé plus de 600 représentants d'entreprises commerciales et artisanales. La Chambre de Commerce a accueilli la dernière conférence et salué, par la voix de son directeur général, Carlo Thelen, l'élargissement des aides pour accompagner et soutenir les PME dans leurs phases de création, de développement

ou de réorientation.

M. Thelen a mis l'accent sur la nécessité d'une prise en compte accrue des entreprises devant faire face à des situations d'urgence, afin qu'elles puissent bénéficier d'un régime d'aide axé sur des services de conseil-expertise, l'idée étant d'éviter une faillite. C'est la raison pour laquelle la Chambre de Commerce a mis en place, en 2018, un centre de prévention pilote rattaché à la nouvelle House of Entrepreneurship, avec, pour mission, d'aider les chefs d'entreprise à faire le point sur leur situation professionnelle et à trouver de nouvelles pistes de pérennisation de leur entreprise, par le biais de coaching collectif et individuel. Depuis juillet 2019, la SNCI est venue renforcer la communauté de la House of Entrepreneurship et assure une présence une fois par mois. ●



INDR 23 entreprises labellisées RSE

La 17^e cérémonie de remise officielle du label ESR - Entreprise responsable, organisée par l'INDR, s'est déroulée le 2 juillet 2019 à la Chambre de Commerce, en présence de Carole Dieschbourg, ministre de l'Environnement, du Climat et du Développement durable. À cette occasion, le label ESR a été remis à 23 entreprises, portant

à 160 le nombre d'entreprises labellisées ESR au Luxembourg. Le nouveau président de l'INDR et de l'UEL, Nicolas Buck, a félicité les entreprises et annoncé la publication du nouveau Guide ESR, ainsi que la mise en ligne d'une version anglaise. La RSE est une opportunité pour chaque entreprise d'améliorer sa gouvernance, de renforcer son engagement sociétal et de limiter ses impacts environnementaux. ●



JONK ENTREPRENEUR

PM AWARDS 2019

Le 2 juillet ont eu lieu les Project Management Awards 2019 à la Chambre de Commerce. L'événement récompense les meilleurs projets de la branche « Gestion de projet » des classes de seconde de l'enseignement secondaire général - division administrative et commerciale.

Cette 11^e édition a réuni 24 équipes de 6 lycées pour participer à la finale. L'événement, créé en 2008, a rassemblé environ 200 personnes, dont 175 élèves. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, a insisté sur l'importance de renforcer les liens entre le monde économique et le monde de l'éducation. Lex Delles, ministre des Classes moyennes, a relevé l'engagement et les compétences acquises par les élèves. L'objectif est d'offrir aux élèves la possibilité de mener, en groupe, et sous responsabilité partagée, un travail concret. Après validation du projet par la direction du lycée, les élèves s'occupent de la conception, de la production achevée, ainsi que de la présentation publique de leur projet, et sont également soutenus par

un commanditaire issu du monde économique. Le premier prix a été remporté par l'équipe « EPMC goes Pink » de l'École privée Marie-Consolatrice. 13.801 euros ont été récoltés et reversés à l'association Europa Donna Luxembourg. Le deuxième prix a été remis à l'équipe « Save the Ocean » du Lycée technique de Bonnevoie, qui a réalisé trois films de sensibilisation, et le troisième prix, à « The Power of Dance » du Lycée technique de Lallange. L'équipe a organisé un spectacle et a dégagé un bénéfice de presque 4.000 euros, reversé à la fondation Kriibskrank Kanner. Enfin, le prix spécial du jury est allé à « Generations Exchange » du Lycée technique de Bonnevoie pour un projet qui encourage l'échange intergénérationnel. ●

STANDS

CONFERENCES

NETWORKING COCKTAIL



SALON DES PROFESSIONNELS RH

HR TRADE FAIR

Luxembourg

VEN./FRI. 17 JAN. 2020

08:30 – 17:00 TRADE FAIR, 17:15 – 22:00 NETWORKING COCKTAIL

- European Convention Center Luxembourg -

HR LUX
Trade Fair

By

EIVILUX
Luxembourg



PAPERJAM

(+352) 27 99 43 45
info@eivi-lux.com
www.hrlux-tradefair.com



HOUSE OF ENTREPRENEURSHIP

MIEUX SERVIR LES ENTREPRISES

Le 12 juillet 2019, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers ont signé une convention de partenariat portant sur une collaboration renforcée au sein de la House of Entrepreneurship.

SÉANCE D'INFORMATION

Le crédit d'impôt sur salaire social minimum

La Chambre de Commerce a organisé le 9 juillet 2019 une séance d'information consacrée au crédit d'impôt sur salaire social minimum suite à la publication de la brochure relative au crédit d'impôt sur salaire social minimum (CISSM), éditée par l'UEL, en collaboration notamment avec la Chambre de Commerce. Comme l'a rappelé le directeur général de la Chambre de Commerce, Carlo Thelen, dans son discours d'ouverture, l'institution entendait apporter à ses ressortissants des réponses d'experts par rapport à diverses problématiques de mise en œuvre pratique du crédit d'impôt sur salaire social minimum, en particulier pour les petites entreprises issues

du secteur horeca ou du commerce. La séance d'information animée par deux experts – Vinciane Istace, partner auprès de PwC Luxembourg, et Frédéric Scholtus, directeur Global Employer Services auprès de Deloitte Tax & Consulting Luxembourg – a permis d'éclairer divers aspects pratiques relatifs au crédit d'impôt sur salaire social minimum et d'apporter des réponses aux multiples questions des participants venus en nombre. Le public a également apprécié une présentation d'exemples pratiques de calcul du crédit d'impôt sur salaire social minimum, ainsi qu'un quiz ludique, venu clôturer l'événement. ●

Pour plus d'informations : www.cc.lu, rubrique « Actualités »

La signature a eu lieu en présence du ministre des Classes moyennes, Lex Delles, qui a annoncé que son ministère assurera une présence renforcée sur le site par l'exploitation d'un bureau permanent au sein du guichet unique.

L'objectif commun est de développer l'offre de services proposée aux porteurs de projets entrepreneuriaux et aux dirigeants établis, et de simplifier les démarches administratives liées à la création et au développement des entreprises.

En 2018, pas moins de 9.178 entrepreneurs ont franchi les portes de la House of Entrepreneurship pour se faire conseiller dans leurs démarches.

Des chiffres qui dépassent largement les objectifs de fréquentation fixés en octobre

2016, lors du lancement du *one-stop shop* pour entrepreneurs.

Pour Luc Frieden, président de la Chambre de Commerce, l'initiative est une véritable success-story : « Avec la House of Entrepreneurship, la Chambre de Commerce, le ministère de l'Économie et la Chambre des Métiers apportent la preuve qu'en collaborant en bonne intelligence, il est possible de mettre en place des solutions pragmatiques et efficaces pour soutenir l'entrepreneuriat sous ses formes les plus diverses. »

Aujourd'hui, la House of Entrepreneurship fédère plus de 25 partenaires, qui assurent tous une permanence sur le site. ●

Plus d'informations sur : www.houseofentrepreneurship.lu



HORESCA

Fumer ou non en terrasse ?

Le 22 juillet 2019, l'Horesca et son label de qualité Wellkomm, le ministère des Classes moyennes et la Chambre de Commerce ont présenté leur campagne de sensibilisation afin de promouvoir le respect mutuel entre fumeurs et non-fumeurs. Cette campagne de sensibilisation, qui en appelle au savoir-vivre et au bon

sens des usagers des terrasses, fait suite à plusieurs pétitions qui avaient ouvert un débat public à la Chambre quant à l'interdiction de fumer en terrasse. Une interdiction qui n'a finalement pas été votée. « Fumeurs et non-fumeurs : respectez-vous ! », tel est le slogan de cette campagne, qui se décline sous forme d'affiches et de chevalets distribués aux établissements concernés. ●



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

BRÈVES



FEDIL

Jean-Louis Schiltz, nouveau vice-président

Lors de sa réunion du 1^{er} juillet 2019, le conseil d'administration de la Fedil a décidé de nommer Jean-Louis Schiltz en tant que nouveau vice-président de la fédération. Suite aux départs de Nicolas Buck et Michel Wurth, le bureau de la Fedil se compose désormais de Michèle Detaille, présidente; Charles-Louis Ackermann et Jean-Louis Schiltz, vice-présidents. Par ailleurs, le conseil d'administration a décidé de coopter Jean Muller, CEO des Moulins de Kleinbettingen, au niveau du conseil d'administration.

BCEE / GOVCERT.LU

Accord pour la sécurité informatique

Le 5 juin 2019, la Banque et caisse d'épargne de l'État (BCEE) et le CERT gouvernemental (Govcert.lu) ont conclu un accord de collaboration en matière de sécurité informatique. Cette collaboration s'inscrit dans un effort de faire communément face aux menaces issues du domaine cyber et de favoriser le transfert de connaissances entre ces deux acteurs et, par ce biais, améliorer leur résilience, que ce soit du point de vue préventif ou réactif.



VALORLUX

Superbag réutilisable

Avec l'objectif de faire changer les comportements et les habitudes de consommation en incitant les clients à utiliser des sacs de courses réutilisables plutôt que des solutions à usage unique, Valorlux asbl, en collaboration avec la clc, l'Administration de l'environnement et une dizaine d'enseignes

de la grande distribution au Luxembourg, lance le Superbag, un sac réutilisable pour fruits et légumes, au prix conseillé de 0,35 euro l'unité. L'objectif est de réduire de 90 % la consommation de sacs en plastique à usage unique. Soit une économie de 170 tonnes de sacs en plastique sur un an. ●

MOBILITÉ VERTE

Nouvelles primes pour véhicules électriques

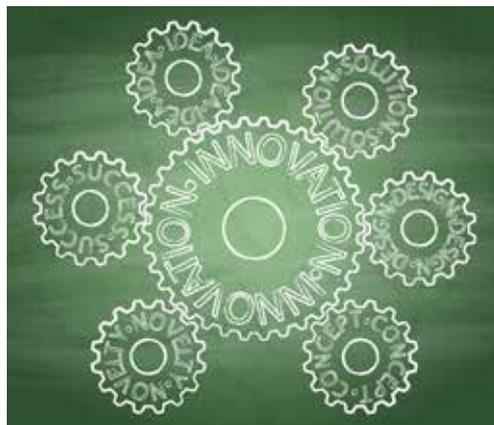
Depuis le 1^{er} août, les citoyens qui souhaitent acheter un véhicule électrique ou hybride peuvent bénéficier d'une prime. Pour un véhicule 100 % électrique, l'aide s'élève à 5.000 euros. Les voitures et camionnettes hybrides, dont les émissions de CO₂ vont jusqu'à 50 g/km, feront économiser 2.500 euros à leur acheteur. Quant aux motos, mobylettes, cyclomoteurs et autres scooters, le montant de la prime peut aller jusqu'à 25 % du prix d'achat, hors TVA, sans dépasser 500 euros. La mesure concerne les véhicules neufs mis en circulation du 1^{er} janvier au 31 décembre 2019. Les demandes peuvent être introduites à partir de 7 mois après la première immatriculation auprès de l'Administration de l'environnement. ●

R&D ET INNOVATION

34 MILLIONS D'EUROS POUR L'INNOVATION

La loi du 17 mai 2017 relative à la promotion de la RDI fête ses deux ans. Le mécanisme a permis l'accompagnement de bon nombre d'entreprises dans leur démarche d'innovation.

Entrée en vigueur au Luxembourg en juin 2017, la loi du 17 mai 2017 a été conçue pour inciter les entreprises à innover, que ce soit dans le développement de nouveaux services ou produits, mais aussi dans l'amélioration des processus de production, afin de leur procurer des avantages en termes de compétitivité. La nouvelle loi RDI a ainsi permis d'appliquer des régimes dédiés aux PME, comme la protection de la propriété industrielle, le service de conseil et d'appui à l'innovation ou encore le régime dédié aux jeunes entreprises innovantes. Toutes les étapes sont couvertes, depuis les études de faisabilité jusqu'aux développements technologiques, avec



un accent particulier sur la collaboration avec d'autres entreprises ou des centres de recherche publics, et sur la possibilité de partager des installations, des équipements ou des laboratoires de recherche. En 2018, 86 projets ou programmes ont été avisés pour un montant de dépenses prévu de plus de 100 millions d'euros et un montant d'aide accordé de près de 34 millions d'euros. Comparé à 2017, le nombre de projets avisés a augmenté de 8 % et 11 d'entre eux ont excédé 1 million d'euros. Les trois quarts des financements alloués concernent trois secteurs d'activité plus spécifiques : l'ICT (31 %), l'industrie 4.0 (26 %) et les matériaux (24 %). ●

We give you the energy
You write the story



enovos

Energy for today.
Caring for tomorrow.

SOROPTIMISTES DU LUXEMBOURG

Prix de la jeune entrepreneuse: appel à candidatures

Le tout premier concours du Prix de la jeune entrepreneuse, ouvert aux jeunes femmes âgées de moins de 40 ans, vient de voir le jour et l'appel à candidatures est lancé. Initié par les Soroptimistes du Luxembourg, son but est de soutenir l'entrepreneuriat féminin au Luxembourg, de mettre en lumière les jeunes femmes et leur esprit d'entreprendre, de reconnaître leur dynamisme et leur créativité, de leur donner de la visibilité et de les encourager. L'appel à candidatures cible les femmes propriétaires d'une entreprise créant de la valeur ajoutée ou de la valeur partagée au Luxembourg. Pour les Soroptimistes, ces femmes engagées ont un parcours professionnel intéressant ou courageux et innovent dans leur domaine. Elles mettent à profit leurs produits ou services pour créer des impacts positifs

et durables sur la société.

Sur base de critères établis par des Soroptimistes entrepreneuses, le jury récompensera la finaliste d'un montant de 5.000 euros.

La lauréate pourra bénéficier d'un suivi promotionnel.

La remise du prix aura lieu autour du 8 mars 2020, Journée internationale des femmes. Ce prix s'inscrit dans la dynamique du « soroptimisme » européen, qui a créé la plate-forme www.soroptimist-entrepreneurs.org.

Cette plate-forme internationale est un réseau d'entrepreneuses soroptimistes qui offrent leurs services et s'engagent pour une éthique professionnelle de haut niveau.

Les dossiers de candidature doivent être envoyés à prixjeuneentrepreneuse@soroptimist.lu jusqu'au 31 décembre au plus tard. Plus de détails sur les conditions et le règlement du concours sur www.soroptimist.lu. ●



DENIS SCUTO

Histoire contemporaine du Luxembourg

La Fondation Robert Krieps et le Luxembourg Centre for Contemporary and Digital History de l'Université du Luxembourg ont présenté début juillet l'ouvrage de Denis Scuto. Un recueil de 70 chroniques animées, publiées dans le Tageblatt de 2015 à 2019, polémiques, toujours solidement fondées, écrites au fil

de l'actualité des dernières années et constituant une véritable histoire du Luxembourg. Une histoire « revisitée » richement illustrée de photos et de documents, dont certains inédits, avec la ferme intention de décaper le vernis d'une narration souvent sclérosée et faussée, parfois arrangée et utilisée pour des raisons qui n'ont rien à voir avec la quête de vérité historique. ●



RÉGION MULLERTHAL – PETITE SUISSE LUXEMBOURGEOISE

UNE ÉTUDE SUR L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

« Dans quelle direction se dirige l'offre d'hébergement de la Région Mullerthal – Petite Suisse Luxembourgeoise à moyen terme ? », telle était la question-clé d'une étude qui a été présentée récemment.

L'étude a été réalisée dans le cadre du projet Leader et mise en œuvre par l'ORT Région Mullerthal – Petite Suisse Luxembourgeoise, en coopération avec le cabinet de conseil Go Get Consulting. L'idée de cette étude a émergé du fait que le nombre de nuitées dans cette région augmente chaque année depuis 2012, mais qu'au cours des 20 dernières années, comme dans de nombreuses régions rurales qui vivent du tourisme de loisirs et du tourisme saisonnier, environ 50 % des capacités d'hébergement ont disparu. L'objectif était d'obtenir un aperçu de la situation actuelle, permettant de définir plus précisément les déficits et les potentiels et de pouvoir élaborer des mesures appropriées. Les interviews ont révélé que dans toutes les catégories d'hébergement (hôtels, campings et appartements de vacances), de nombreux changements de

générations sont imminents. Plus de 70 % des fournisseurs d'hébergement régionaux doivent régler leur succession au cours des cinq prochaines années. Les entreprises dont la succession n'a pas encore été réglée sont particulièrement exposées aux fermetures. La perte des entreprises traditionnelles a bien plus qu'un impact purement économique, car elles incarnent l'image d'une région touristique qui s'est développée au fil des décennies. L'étude montre qu'une succession d'entreprise est un processus à plusieurs niveaux qui exige du temps, des ressources et la volonté des acteurs de discuter. Des investissements dans les établissements d'hébergement sont déterminants afin de s'adapter aux attentes des clients. À cette fin, le ministère met à disposition une aide concrète et des programmes comme Fit 4 Service ou Fit 4 Digital. ●

Vos voyages, votre mobilité, notre ADN



Voyages – Mobilité – Business

Créateur de voyages, acteur de la mobilité, partenaire de vos solutions business, depuis plus de 140 ans nous innovons pour vous. Grâce à l'expérience et à la passion de nos collaborateurs, nous anticipons les exigences d'un monde en mouvement.

www.emile-weber.lu



voyages

emile weber

IN BRIEF



CLEAN SPACE

Sustainability in orbit

Luxembourg's Deputy Prime Minister, Minister of the Economy, Étienne Schneider, has helped launch a collaboration between Luxembourg and Canada's NorthStar Earth & Space tech company to enable a Clean Space sustainability initiative in space. The Clean Space initiative aims to evaluate the use of NorthStar Earth & Space information services with the support of Luxembourg's insurance, financial and satellite operator communities to address key issues related to space traffic management, sustainable commercialisation of space activities, insurance products for space operations to promote growth in commercial space activities, and satellite operational challenges.

EIB

Circular economy

The EU's five largest National Promotional Banks and Institutions (NPBIs) and the European Investment Bank (EIB) have launched a EUR 10 billion initiative to accelerate and support the development and implementation of circular economy projects and programmes in the European Union. This flagship partnership will target at least EUR 10 billion of investments over the next five years. The aim is to prevent and eliminate waste, increase resource efficiency and foster innovation.

More info: www.eib.org/en

SPACE AGENCY/SPIRE GLOBAL

LUXEMBOURG'S DATA LAKE

Luxembourg is now home to one of the world's largest data lakes for space data analytics. Spire Global, one of the world's biggest space-to-cloud analytics companies, has announced that Spire Global Luxembourg has launched its open source data lake in Luxembourg.



The Spire data lake is accessible free of charge to all startups, research institutes, and public agencies in Luxembourg. These entities will be provided with sets of proprietary, differentiating, high-quality data for research and non-commercial product development. This collaborative initiative is co-funded by the Luxembourg Space Agency through its National Space Programme (LuxIMPULSE) and is designed to spur the development of commercial space research by providing reliable, critical data at no cost to the public,

academic and research communities. The data offered by Spire includes Automatic Identification System (AIS) data for tracking the movements of ships and vessels across the world, and Automatic Dependent Surveillance-Broadcast (ADS-B) data for tracking airplanes. It also contains cutting-edge Radio Occultation data (GNSS-RO), a key element for precise weather forecasts. In addition, Spire will provide Total Electron Content (TEC), which assesses the state of the ionosphere and increases the accuracy of navigation (GNSS). ●



STATEC
Luxembourg in 10 fact sheets

The Information and Press Service (SIP), in collaboration with the National Institute for Statistics and Economic Studies (STATEC), has published 10 fact sheets about Luxembourg. A continuation of the series of infographics published by the SIP in

2015, the content and graphics have been updated and revised in the 2019 version. The brochure is divided by subject into 10 chapters and aims to present and broadly promote the country to the general public in a visual and playful manner. It is available in four languages: French, German, English and Luxembourgish. ●

ESA/LIST

Safety first

The Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) has been selected by the European Space Agency (ESA) to develop nontoxic, antimicrobial surface treatments for the inside of spacecraft. As more people embark on space missions for longer periods of time, the LIST has launched a research project, "ESA NBactspace", aimed at ensuring the safety of the inside of spacecraft for future human space missions. The LIST will develop heavy-metal free nontoxic coatings with antimicrobial broad spectrum activity for the inside of spacecraft to help guarantee the safety of astronauts. ●

Photo: Matthieu Freund/Pirmatt Photography

Nous finançons vos activités durables!



Ama Mundo Technologies a développé des équipements innovants pour extraire une eau d'une grande pureté à partir de liquides très pollués, tels que les lisiers.
© Almyra Knevel Persson

Vous êtes un entrepreneur ou un particulier qui cherche à financer un projet écologique et/ou social. En partenariat avec Spuerkeess, etika propose une offre de crédit à taux réduit pour soutenir de tels projets au Luxembourg.

Contactez-nous pour en savoir plus et économisez sur vos intérêts bancaires!



etika asbl Initiativ fir Alternativ Finanzéierung | 55, avenue de la Liberté
L-1931 Luxembourg | Tél/Fax: +352 29 83 53 | contact@etika.lu | www.etika.lu



popovol'

Au lieu d'évaluer vos collaborateurs, donnez-leur l'occasion d'évoluer !

Éliminez l'entretien annuel stressant et inefficace pour une solution en ligne qui vous permet à tout moment de comprendre comment fonctionnent vos équipes.

Restez à l'écoute de vos collaborateurs pour anticiper leurs besoins et implanter leurs idées innovantes.

Popevol' un outil pour mettre à jour les compétences managériales de votre entreprise.

TEMP'OPERANDI S.à r.l.

3, rue Pierre Federspiel
L-1512 Luxembourg

Tél: (+352) 621 312 969
Mail: beatrix.charlier@p-op.lu

IN BRIEF



C4L
10th Anniversary

Cluster for Logistics (C4L) has been adding value to the Luxembourg economy since 2009 and this June celebrated its 10th anniversary at the Luxembourg Chamber of Commerce. In order to revisit the creation of C4L, Deputy Prime Minister and Minister of the Economy Étienne Schneider and Minister of Finance Pierre Gramegna, as well as former Minister of the Economy Jeannot Krecké, and C4L president Carlo Thelen, shared their views on C4L and the sector, as well as their gratitude for all who helped make it happen.

EURONEXT / TOKENY
Commitment to tokenisation

Euronext, the leading pan-European exchange in the Eurozone, has announced that it has subscribed the entire EUR 5 million capital increase of tokenisation platform Tokeny Solutions, resulting in a 23.5% stake and strong governance representation. Tokenisation allows institutions to digitise financial assets and Tokeny Solutions provides all private markets securities issuers, from mid-cap companies and asset management companies to advisors like investment banks, with modular and user-friendly end-to-end solutions to issue, manage and transfer tokenised securities on public blockchain. More info: tokeny.com



MINISTRY OF THE ECONOMY
Digital Centre of Excellence

Thales Alenia Space, a joint Franco-Italian venture between the aerospace multinational companies Thales (67%) and Leonardo (33%), has signed a letter of intent with the Ministry of the Economy to create a Digital Centre of Excellence in Luxembourg. The centre will focus on the development of highly

innovative digital solutions for space telecommunications and observation products and is expected to be operational in Luxembourg by the end of year 2019. Fully supported by the Ministry of the Economy of Luxembourg and the Luxembourg Space Agency, the initiative is in complete alignment with Luxembourg's space and digital strategy. ●

EIC
Innovation first

The European Innovation Council (EIC), the European Commission's new instrument to support innovative companies, was presented in Luxembourg in June along with its funding package of EUR 2 billion for the 2019–2020 period, covering the entire innovation chain, before being widely implemented in the Horizon Europe framework. The EIC's objective is to support innovators in high-risk ventures that have strong potential to create new markets and stimulate job creation, growth, and prosperity in Europe, while also helping Europe regain its prime position in the highly competitive field of innovation. ●

HOST / DDG

CROSS-BORDER NETWORKING

The House of Startups (HoST) in Luxembourg and the Digital Devotion Group (DDG) in Kaiserslautern are exploring opportunities to improve and extend their network across national borders through the EU-Tribe project.



Spaces that are inspiring can help foster innovation and creative ideas. For startups, working in spaces that favour sharing experiences and ideas can optimise growth.

To build the economy of tomorrow and maximise the chances of success, integrating startups into an ecosystem is essential. With this in mind, the Luxembourg Chamber of Commerce founded the House of Startups (HoST) in 2017 – a creative, innovative and inspiring space – and one of their most recent projects, EU-Tribe, aims to create, promote and support cross-border innovation in the Greater Region. Contacts within the Greater Region are now being established

both in the private and public sectors and an initial agreement has been concluded with the German Kaiserslautern-based Digital Devotion Group (DDG).

“The DDG’s ecosystem is the prototype of how a regional innovation network can be established”, said Karin Schintgen, CEO of the House of Startups.

Based in Kaiserslautern, the DDG benefits from a thriving programming and tech scene, backed by the city’s university. It has also been active in Luxembourg for several years. ●

More info: www.digitaldevotion.com

Photos: Pierre Guersing, Luxembourg Space Agency, C4L



COMED

Brexit : Êtes-vous prêt ?

Contactez-nous sur notre Brexit Helpline !

Vous avez des questions liées au Brexit sur l'activité commerciale de votre entreprise ? La Brexit Helpline de la Chambre de Commerce est à votre écoute.

BREXIT HELPLINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE
Tél. : (+352) 42 39 39 – 372 | brexit@cc.lu



Votre partenaire pour la réussite

DOSSIER





Le célèbre adage de Desbois, « les idées sont de libre parcours », rappelle que les idées ne sont pas protégeables. Seule la forme originale sous laquelle elles sont exprimées peut l'être.

Photos: Martin Green

ÉCONOMIE DU SAVOIR

PROSPÉRER DANS UN MONDE IMMATÉRIEL

Si jusque dans les années 1990, le patrimoine d'une entreprise était généralement composé de deux types d'actifs, à savoir des actifs financiers et des actifs matériels, la montée en puissance des actifs immatériels est fulgurante. Dans les économies avancées, le vieillissement des populations et la raréfaction des ressources naturelles rendent la croissance de plus en plus tributaire des hausses de productivité fondées sur le savoir qui, contrairement à la main-d'œuvre, aux ressources naturelles et au capital physique, ne s'épuise pas. C'est à l'avènement de cette « économie du savoir » que la Chambre de Commerce consacre la 23^e édition de sa série de publications *Actualité & tendances*, et en particulier au rôle-clé que joue la propriété intellectuelle. Quelques-uns des grands enseignements qui en ressortent sont présentés dans ce dossier.

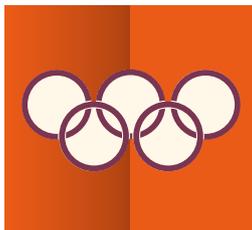
Texte : Christel Chatelain / Corinne Briault

également en morcelant la chaîne de valeur et en s'efforçant d'en rentabiliser les différents segments, à savoir par exemple leur R & D, leur portefeuille de brevets, leurs logiciels internes et leurs marques¹. Les racines de la croissance et de la compétitivité se déplacent du capital matériel vers le capital immatériel.

Pour les entreprises, gérer cette transition et ses actifs immatériels est un défi de taille, qui, s'il est relevé, pourra être source de valeur et de performance. Identifier, exploiter et valoriser le capital immatériel permettront à l'entreprise de se différencier de ses concurrents, ce qui est particulièrement primordial dans le contexte économique actuel de plus en plus mondialisé, et, *in fine*, d'accroître, ou tout au moins d'entretenir sa compétitivité. Dans ce cadre, les actifs intellectuels deviennent des facteurs stratégiques de création de valeur. Ils revêtent une importance de plus en plus grande dans la facilitation des gains de productivité et d'efficience. Ils sont aussi un facteur déterminant de l'innovation sur le plan des processus et des produits des entreprises. ►

Les technologies de l'information et de la communication (TIC), en particulier Internet, ont facilité l'émergence d'une « économie du savoir » en permettant une mise en réseau de l'économie et en accélérant la diffusion des connaissances. Dans ce monde dématérialisé, le processus de création de valeur se voit bouleversé : non seulement les entreprises dégagent des bénéfices en vendant un produit final, mais





Protéger le symbole olympique

En signant le traité de Nairobi de 1981, les États s'engagent à protéger le symbole olympique, c'est-à-dire cinq anneaux entrelacés, contre son utilisation à des fins commerciales sans l'autorisation du Comité international olympique. Fait particulier : si le Comité international olympique autorise l'utilisation du symbole olympique dans un État faisant partie du traité, le Comité national olympique de cet État a droit à une part des recettes perçues par le Comité international olympique.



01.

LE CAPITAL IMMATÉRIEL, C'EST QUOI ?

Pour une entreprise, le capital immatériel pourrait se décomposer en trois composantes principales² :

- le **capital humain**, à savoir la capacité de l'entreprise à créer et à pérenniser de la valeur par sa force d'attractivité des compétences et des talents ciblés pour sa stratégie et sa capacité à les fidéliser, la qualité de son savoir managérial, le potentiel de créativité pour développer des produits ou des services répondant à l'attente des clients, la capacité à travailler en communauté d'intérêts et de pratiques ;
- le **capital structurel interne**, à savoir la capacité de l'entreprise à créer et à pérenniser de la valeur au travers de son organisation et de ses systèmes d'information, de ses process, de son capital innovation, de son capital créativité, de son *risk management* ;
- le **capital structurel (ou relationnel) externe**, à savoir la capacité de l'entreprise à créer de la valeur et à la pérenniser dans ses relations avec ses partenaires extérieurs. Il s'agit notamment du capital clients, du capital marques, du relationnel (avec les actionnaires, les parties prenantes de l'entreprise et plus généralement son écosystème), et de la capacité à travailler en réseau et avec les réseaux.

Pour une entreprise, les retombées des investissements dans les actifs immatériels sont fonction, dans une large mesure, de l'aptitude des dirigeants à les protéger et à mettre en œuvre une stratégie adéquate de gestion de

ces actifs afin d'en tirer tous les avantages possibles. Or, une partie de ces derniers peuvent être protégés légalement et juridiquement par le biais des droits de propriété intellectuelle. Le célèbre adage de Desbois³, « *les idées sont de libre parcours* », rappelle que les idées ne sont pas protégeables. Seule la forme originale sous laquelle elles sont exprimées peut l'être. Un droit de propriété intellectuelle confère à son titulaire un droit exclusif temporaire pour un territoire donné et pour une « production de l'esprit ». Ainsi, la propriété intellectuelle est un terme générique qui recouvre de multiples concepts, de la propriété industrielle à la propriété littéraire et artistique. La principale distinction entre ces groupes de droits intellectuels est la manière dont le droit est créé. La plupart des droits de propriété industrielle sont obtenus par le biais d'une procédure formelle, consistant généralement en un enregistrement, alors que les seconds, notamment le droit d'auteur et droits voisins, naissent automatiquement, au moment de la création de l'œuvre.

Plusieurs titres de propriété intellectuelle existent :

le **brevet** est un titre juridique qui confère à son titulaire, dans un pays ou une région particuliers et pendant une certaine durée, le droit d'interdire à un tiers d'exploiter une invention à des fins commerciales sans y avoir été autorisé. Toutefois, la plupart des lois sur la protection des inventions ne définissent pas véritablement ce qu'est une invention. Un certain nombre de pays définissent les inventions comme



02.

de nouvelles solutions à des problèmes techniques. De plus, l'invention doit répondre aux trois critères suivants : être nouvelle ; impliquer une activité inventive ; être susceptible d'une application industrielle. Les brevets peuvent être valorisés grâce à des licences, à des cessions, ou encore au transfert à des organismes de capital-risque. Si les régimes de brevet sont assez similaires dans le monde, il existe toutefois des différences : ainsi, le brevet est octroyé en Europe à celui qui avait fait la demande en premier, et aux États-Unis à celui qui avait innové en premier (avec les difficultés que cela suppose en termes de preuves).

La **marque** est une protection légale d'un signe graphique permettant de distinguer les produits ou services d'une entreprise de ceux de ses concurrents. Pour être enregistrée, une « [...] *marque est représentée sous n'importe quelle forme appropriée au moyen de la technologie communément disponible, pour autant qu'elle puisse être reproduite dans le registre de façon claire, précise, distincte, facilement accessible, intelligible, durable et objective, afin de permettre aux autorités compétentes et au public de déterminer clairement et précisément l'objet de la protection accordée à son titulaire* ».

S'agissant en particulier d'une marque constituée d'une couleur, des conditions supplémentaires s'appliquent. Par exemple, la couleur « mauve » de Milka ne pourra pas être utilisée par des concurrents pour illustrer l'emballage de leur chocolat, mais cette couleur peut être appliquée sur des objets élec- ▶

01, 02. La propriété intellectuelle est un terme générique qui recouvre de multiples concepts, de la propriété industrielle à la propriété littéraire et artistique.



INTERVIEW

SERGE QUAZZOTTI

Directeur de l'Institut de la propriété intellectuelle Luxembourg (IPIIL)

Être une vitrine de la propriété intellectuelle

Pouvez-vous expliquer en quelques mots quelles sont les grandes missions de l'IPIIL ?

« L'IPIIL a plusieurs grandes missions. Il développe les capacités de tous les acteurs à comprendre ce qu'est la propriété intellectuelle, pourquoi elle est importante pour eux, quels sont ses enjeux et comment en tirer profit. L'IPIIL apporte un premier niveau d'information, des services de support et d'accompagnement aux entreprises, aux acteurs de la recherche, aux institutions publiques ou à toutes les personnes qui sont intéressées par le sujet. Il redirige ensuite vers des avocats ou des conseils spécialisés en propriété industrielle. Il coordonne par ailleurs la mise en œuvre de la politique publique en fédérant tous les acteurs de terrain autour du sujet de la propriété intellectuelle et peut conduire des études afin de conseiller le gouvernement. L'IPIIL travaille toujours en partenariat, que ce soit avec les bénéficiaires tels que les grandes entreprises, PME, startups, les acteurs de la recherche publique, ou les différents intermédiaires que sont les chambres professionnelles, les différents clusters, Luxinnovation, ainsi que les professionnels de la propriété intellectuelle à travers l'Association internationale pour la protection de la propriété intellectuelle (AIPPI) et la Fédération des conseils en propriété industrielle au Luxembourg (FCPIL)... L'IPIIL étant une vitrine de la propriété intellectuelle, il

développe et assure aussi des formations et tout ce qui a trait à la promotion et la sensibilisation sur ce sujet.

Quel(s) soutien(s) ou aide(s) apportez-vous aux entreprises ?

« L'IPIIL a différents moyens d'apporter des informations et de sensibiliser aux enjeux de la propriété intellectuelle. Chaque année, en avril, est organisée la Journée luxembourgeoise de la propriété intellectuelle en coopération avec l'Office de la propriété intellectuelle du ministère de l'Économie. Cet événement regroupe les principaux acteurs de la propriété intellectuelle, dans une conférence et un salon, généralement en partenariat avec les acteurs de la recherche, de l'innovation et de la promotion de l'entrepreneuriat au Luxembourg. Autre rendez-vous d'importance en octobre, les Afterworks de la propriété intellectuelle sont organisés sous forme de tables rondes et basés sur des témoignages d'entreprises sur différentes thématiques très concrètes et pratiques de la propriété intellectuelle. Par ailleurs, l'IPIIL propose aussi des séances de sensibilisation et de coaching, appelées 'Boost-IP', des séminaires co-organisés avec différents partenaires, répond aux questions des demandeurs à travers sa helpline, et offre des formations en présentiel ou en e-learning. Enfin, l'IPIIL édite toute une série de brochures ou de fiches techniques. »



INTERVIEW
MICHEL CANCELLIER
Group IP senior expert,
Groupe Tarkett

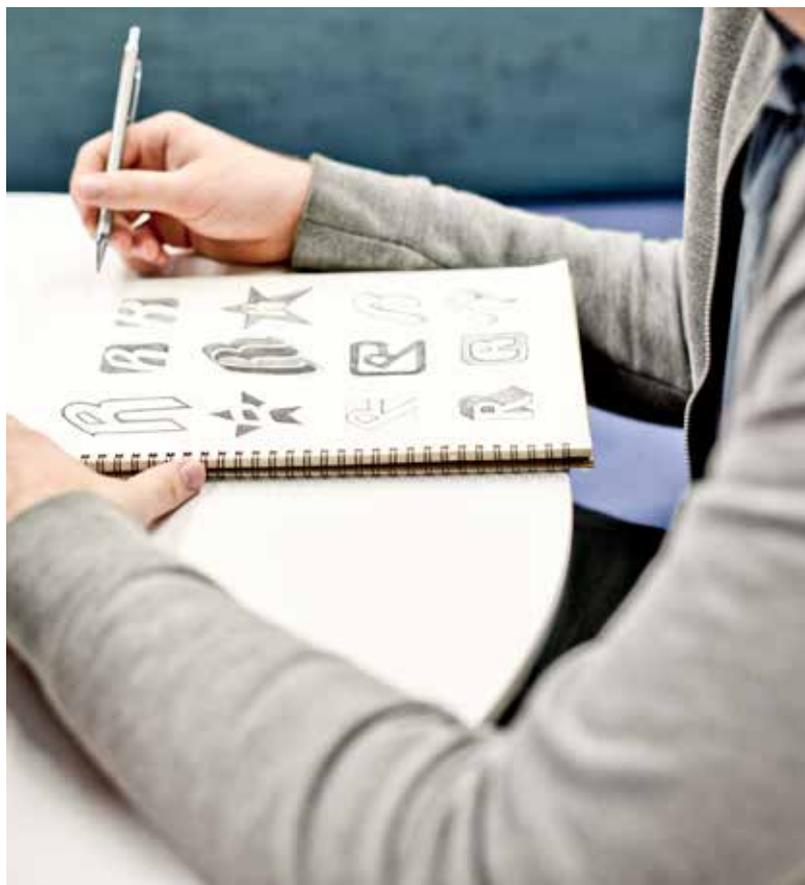
“ La décision de protéger ou non une invention est prise de manière collégiale ”

Tarkett Luxembourg est le centre mondial de recherche & innovation du groupe. Quelles solutions avez-vous adoptées pour protéger vos innovations ?

« Effectivement, le Groupe Tarkett organise sa stratégie de protection industrielle depuis son centre de recherche & innovation situé au Luxembourg. Cette stratégie est déployée dans 24 laboratoires de développement et d'application situés dans 15 pays à travers le monde. Nous travaillons à des stratégies combinées qui associent secret d'affaires, brevet (pour une partie de l'innovation) et marque commerciale. La décision de protéger ou non une invention est prise de manière collégiale par le comité de direction brevets comprenant des responsables R & D, Marketing et Protection industrielle. L'invention est évaluée au regard de critères choisis de manière à pouvoir être largement utilisés par des non-spécialistes de la propriété industrielle. Les représentants de nos différents marchés peuvent demander à ce qu'une invention donnée soit protégée dans la zone géographique dont ils ont la responsabilité.

Vous déposez chaque année entre 10 et 15 nouveaux brevets. Quels sont les domaines d'activité touchés par ces brevets ? (Innovation technologique ? Création de modèle ? Matériaux ?)

« Nos dépôts de brevets peuvent aussi bien concerner des perfectionnements (par exemple : choix d'un matériau spécifique dans une formulation...) que des concepts plus larges (par exemple : écoconception d'un produit permettant son recyclage total en fin d'usage...). Ces brevets peuvent être déposés à n'importe quelle étape du développement, aussi bien à un stade précoce (brevet de concept) qu'à un stade plus abouti (brevet de perfectionnement). »



03.

troménagers. En outre, il doit s'agir d'une nuance particulière, la couleur « naturelle » ne peut faire l'objet d'une marque. Les signes contraires à l'ordre public et aux bonnes mœurs, mais également ceux de nature à tromper le public (exemple : marque « Beurre-bleu » pour une margarine) ne pourront quant à eux pas faire l'objet d'une marque.

L'enregistrement d'un **dessin** (représentation en deux dimensions) ou d'un modèle (trois dimensions) permet de protéger l'aspect visuel et esthétique d'un produit, c'est-à-dire tout aspect ornemental ne résultant pas de considérations fonctionnelles. Il confère un droit exclusif de réaliser, importer, exporter, utiliser ou stocker tout produit sur lequel le dessin ou modèle industriel est présent ou incorporé, ou de laisser un tiers l'utiliser avec accord⁵.

Le **droit d'auteur** permet aux créateurs de protéger leurs œuvres littéraires et artistiques, à savoir les livres, les œuvres musicales, les peintures, les sculptures, les films, les programmes d'ordinateur, les bases de données, les créations publicitaires ainsi que les cartes et dessins techniques. Le droit d'auteur naît du simple fait de la création de l'œuvre, et, par conséquent, aucune procédure formelle d'enregistrement n'est requise pour obtenir la protection par le droit d'auteur. Les droits

03. Le droit d'auteur et les droits voisins naissent automatiquement au moment de la création de l'œuvre.



04.

voisins sont un ensemble de droits analogues aux droits d'auteur, accordés à certaines personnes ou à certains organismes qui contribuent à mettre des œuvres à la disposition du public, comme par exemple les artistes-interprètes ou exécutants, les producteurs de phonogrammes et les organismes de radiodiffusion.

À QUI S'ADRESSER POUR ENREGISTRER SA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE AU-DELÀ DU LUXEMBOURG ?

D'une façon (très) simplifiée, afin de déposer un **brevet**, une entreprise peut, au niveau mondial, s'adresser à l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, l'OMPI, et au niveau européen à l'Office européen des brevets, l'OEB.

S'agissant d'une demande d'enregistrement d'une **marque**, d'un **dessin** ou d'un **modèle**, c'est également l'OMPI qui est l'organisme de référence au niveau mondial, tandis qu'au niveau européen, il s'agit de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle, l'EUIPO.

Ces organisations proposent aux inventeurs une procédure unique de demande de dépôt pouvant produire ses effets dans l'ensemble des États qui en font partie.

LE SYSTÈME LUXEMBOURGEOIS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Sur le sol grand-ducal, deux grands acteurs façonnent le paysage luxembourgeois de la propriété intellectuelle :

- **l'Institut de la propriété intellectuelle Luxembourg (IPIIL)**, GIE créé en 2014 et dont la Chambre de Commerce est partie prenante, a pour objectifs de promouvoir la propriété intellectuelle, de soutenir et d'accompagner les acteurs économiques (notamment les entreprises) et institutionnels qui l'utilisent;
- **l'Office de la propriété intellectuelle (OPI)**, organe du ministère de l'Économie, est quant à lui chargé de mettre en place le cadre législatif et réglementaire, ainsi que les instruments offerts aux entreprises et créateurs pour leur permettre de protéger leurs actifs de propriété intellectuelle.

Pour les **brevets**, afin d'obtenir une protection sur le sol grand-ducal, l'inventeur doit déposer une demande de brevet luxembourgeois auprès de **l'Office de la propriété intellectuelle**.

S'agissant des **marques**, **dessins** et **modèles**, les trois pays composant le Benelux, à savoir la Belgique, les ►



Top10!

Au Luxembourg, les demandes de brevets ont explosé ces dernières années. En tête du classement des principaux déposants de demandes de brevets au Luxembourg selon la procédure du Traité de coopération en matière de brevets (PCT), ArcelorMittal avec 92 demandes en 2017, suivi par Delphi International, le LIST, Adient Luxembourg Holding, AZ Electronic Materials Luxembourg, Luxembourg Patent Co, IEE International Electronic & B Engineering, Xylem IP Management, XIEON Networks et Tarkett Luxembourg. (voir interview page 48)

04. Le droit d'auteur permet aux créateurs de protéger leurs œuvres littéraires et artistiques, à savoir les livres, les œuvres musicales, les peintures, les sculptures, les films, les programmes d'ordinateur, les bases de données, les créations publicitaires ainsi que les cartes et dessins techniques.



05.

Pays-Bas et le Luxembourg, ont décidé, au début des années 1960, de combiner leurs efforts de manière inédite. Il n'est donc plus possible de déposer une marque sur le seul territoire luxembourgeois, car le dépôt national a été remplacé par un dépôt « Benelux », la protection couvrant les trois territoires. Le dépôt de la demande doit se faire auprès de l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (OBPI) ou par l'intermédiaire de l'OPI.

FAIRE VIVRE ET PROTÉGER SA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Au sein d'une entreprise, les actifs de propriété intellectuelle doivent faire l'objet d'une attention permanente.

Les entreprises doivent s'assurer d'être propriétaires de leur propriété intellectuelle. Si nombre d'entre elles estiment évident qu'elles possèdent la propriété intellectuelle créée ou utilisée, de nombreux exemples de litiges prouvent que ce n'est pas toujours le cas, et surtout que la titularité n'est pas automatique. Par exemple, des sociétés qui ont recours aux services d'une agence de publicité pour la promotion de leur entreprise et la création de leur documentation commerciale et publicitaire ne deviendront

pas automatiquement propriétaires des contenus, et l'agence peut restreindre l'utilisation des supports, en imposant, par exemple, une limitation du nombre de copies ou l'interdiction de les utiliser sans accord préalable. Contractualiser la cession des droits d'utilisation des créations d'une agence est donc primordial. Les inventions des salariés ou les réalisations de stagiaires sont également régulièrement au cœur de litiges.

Dans le cas particulier des brevets et des marques, le suivi régulier est incontournable car les propriétaires de ces droits peuvent se voir déchus. Ainsi, en cas de non-paiement de la redevance annuelle, les brevets peuvent se voir annulés. En ce qui concerne les marques, une non-utilisation durant cinq années consécutives peut entraîner leur déchéance, appelée « déchéance pour défaut d'exploitation », qui n'est pas automatique, mais qui peut être sollicitée par un tiers. Les effets de cette dernière peuvent être non négligeables pour les entreprises et doivent être pris en compte dans toute stratégie d'internationalisation. Car si protéger sur un territoire trop restreint peut être dommageable, opter pour un territoire trop large peut l'être encore plus. En effet, si l'entreprise



06.

choisit une marque européenne mais ne l'exploite pas dans l'ensemble des pays, un tiers d'un pays où la marque n'est pas utilisée peut lancer une procédure en déchéance pour défaut d'exploitation. Et si elle aboutit, la marque européenne dans son ensemble sera annulée. Par contre, si l'entreprise opte dans un premier temps pour une marque Benelux puis l'étend au territoire de l'Union européenne, la déchéance de la marque européenne n'impactera pas la marque initiale et elle restera protégée dans les pays du Benelux. Choisir le territoire le plus adapté à sa stratégie est donc loin d'être superflu.

Quant au second type de déchéance, dit « pour dégénérescence », il peut être invoqué lorsque la marque devient un mot d'usage courant, ce qui fut le cas des marques Frigidaire, Kleenex, Tipp-ex, Thermos ou encore Fermeture Éclair.

LA CONTREFAÇON, CE FLÉAU MONDIAL

Défendre ses droits de propriété intellectuelle contre la contrefaçon doit faire partie intégrante de la stratégie d'une entreprise. Et la contrefaçon doit s'entendre au sens large, c'est-à-dire toute atteinte aux droits exclusifs du titulaire d'un droit de propriété ►

05, 06. Contractualiser la cession des droits d'utilisation des créations d'une agence est donc primordial. Les inventions des salariés ou les réalisations de stagiaires sont également régulièrement au cœur de litiges.



INTERVIEW
EMMANUEL LEBEAU
Administrateur, Puresseintiel

Il est important de surveiller et de défendre sa marque

Vous formulez des produits innovants. Avez-vous une équipe dédiée aux dépôts de brevets, marques... ?

« La marque Puresseintiel a été créée en 2005 et a acquis une renommée remarquable durant ces 10 dernières années. La marque désigne des solutions 'prêtes à l'emploi', composées d'huiles essentielles et d'actifs naturels, destinées à la prise en charge de la santé, de la forme, de la beauté et du bien-être au quotidien de toute la famille. Puresseintiel propose 280 produits d'aromathérapie et de cosmétiques bio ou naturels. Les produits sont déclinés dans près de 30 versioning et dans 8 langues et sont distribués dans 90 pays. C'est pourquoi, pour Puresseintiel, la propriété intellectuelle a une réelle importance. Notre intellectual property manager basé au Luxembourg au sein de la société Puresseintiel TM intervient à différents niveaux des projets de développement de nouveaux produits et accompagne les équipes au niveau marketing international, R&D, digital, communication, affaires réglementaires et export dans leurs démarches afin d'assurer une protection des droits de propriété intellectuelle dès le stade de la mise au point. Notre intellectual property manager a un rôle de conseil auprès de ces différents services sur leur projet et les possibilités de protection juridique en matière de propriété intellectuelle. Il sensibilise également le Groupe Puresseintiel à toutes ces problématiques de propriété intellectuelle.

Comment lutez-vous contre la contrefaçon ?

« Puresseintiel TM veille quotidiennement à la protection de ses marques par l'intermédiaire d'actions menées à différents niveaux. Ainsi, Puresseintiel TM mène un certain nombre d'actions en France, en Europe et à travers le monde pour la surveillance et la défense de ses marques. Le dépôt et l'enregistrement d'une marque constitue la première étape de protection des droits de propriété intellectuelle, mais ceci n'est pas suffisant. Au-delà des marques, modèles et brevets qui constituent des titres déposés et protégés, parfois le Groupe Puresseintiel fait face à des litiges de concurrence déloyale et parasitisme impliquant des éléments non déposés et non protégés par le droit de la propriété intellectuelle. Les visuels, les packagings, les produits et jeux de couleurs développés par le Groupe, ne bénéficiant pas toujours d'une protection au titre de la propriété intellectuelle, font l'objet d'imitation et de copie constantes de la part des acteurs concurrents sur le marché. Les actions menées relèvent alors d'un autre cadre juridique et notamment de la responsabilité civile délictuelle. Puresseintiel TM coordonne d'ailleurs deux dossiers importants de parasitisme, en cours depuis début 2016 et dont les décisions devraient être attendues en 2019. La marque Puresseintiel étant devenue une marque de renommée, Puresseintiel TM se doit de défendre activement son portefeuille de marques. »



Marque nationale

Il existe des droits de propriété intellectuelle plus spécifiques, tels que l'indication géographique, qui est un signe utilisé sur des produits qui possèdent des qualités ou une notoriété essentiellement dus à leur lieu d'origine. Au Luxembourg, une « marque nationale » a été créée afin de garantir la qualité et le conditionnement des produits agricoles et horticoles. Huit types de produits en bénéficient : le beurre, l'eau-de-vie, le miel, la viande de porc, le jambon, le vin, le vin mousseux et le crémant.



07.

intellectuelle ou toute mise en œuvre sans autorisation. Les opérateurs économiques dont les droits sont bafoués doivent agir dans les cinq ans à partir de la constatation des faits et la charge de la preuve leur revient. En cas d'inaction, une « forclusion par tolérance d'actes de contrefaçon » peut être prononcée car la défense de la marque n'a pas été assez active et l'entreprise a toléré les méfaits.

Outre le danger que cela peut représenter pour la santé et la sécurité des consommateurs, la contrefaçon a un impact considérable sur l'économie, car tous les secteurs sont touchés. Ainsi, l'entreprise dont les produits sont contrefaits verra ses parts de marché ainsi que ses ventes diminuer, avec, par corollaire, un impact indéniable sur son chiffre d'affaires et, par conséquent, des emplois pourraient être menacés. Des imitations de moindre qualité peuvent également rapidement ruiner la réputation et l'image de marque d'une entreprise, le consommateur n'étant pas toujours conscient qu'il ne s'agit pas du produit original. En outre, des dépenses importantes doivent être engagées par les entreprises pour prévenir l'imitation frauduleuse de leurs produits et se défendre dans le cas où ses droits sont enfreints. L'ensemble de ces impacts impliquant un retour sur investissement moindre, les entreprises sont moins enclines à innover, ce qui s'avère dommageable et inefficace pour l'économie dans son ensemble.

Selon l'OCDE⁶, la contrefaçon et le commerce des produits piratés en 2016 au niveau mondial représentent

2,5 % du commerce mondial, soit près de 338 milliards d'euros, occasionnant la perte d'environ 800.000 emplois et un manque à gagner d'approximativement 14,3 milliards d'euros de recettes fiscales par an.

Pour ce qui est de l'Union européenne, l'EUIPO, par l'intermédiaire de l'Observatoire européen des atteintes aux droits de propriété intellectuelle⁷, estime, entre autres, que la présence de contrefaçons au Luxembourg fait perdre aux 13 secteurs les plus touchés 7,8 % de leurs ventes directes chaque année, ce qui représente environ 90 millions d'euros ou 159 euros par an et par habitant luxembourgeois. Le Luxembourg paie donc un lourd tribut.

Et contrairement aux idées reçues, les économies émergentes, et notamment la Chine, assistent aussi à une recrudescence d'atteintes aux droits de propriété intellectuelle de leurs entreprises nationales.

Si les vêtements et les chaussures, les médicaments, la maroquinerie, les cosmétiques, les vins et les smartphones figurent parmi les secteurs les plus touchés, l'ensemble des entreprises risquent de voir leurs produits contrefaits, et les contrevenants se diversifier. Le développement du commerce électronique a donné aux contrefacteurs un nouveau moyen d'accéder aux consommateurs, qu'ils soient conscients ou non d'acheter du « faux », et d'écouler leurs produits, qui sont ensuite envoyés via les services postaux ou de livraison express en petits envois, pour réduire les risques de se faire repérer ainsi que les conséquences financières qui en découleraient. Malgré



08.

la grave menace pour toute économie moderne et fondée sur la connaissance que la contrefaçon représente, les sanctions envers les contrevenants apparaissent extrêmement faibles dans certains États membres, ce qui, d'une part, ne dissuade pas les contrefacteurs, mais qui peut, d'autre part, décourager les autorités à lancer des poursuites, engendrant ainsi un cercle vicieux. Du point de vue de la demande, plusieurs facteurs incitent les consommateurs à acheter en toute conscience des produits contrefaisants, notamment des prix moins élevés, une accessibilité aisée et un faible degré de stigmatisation sociale par rapport à ces achats.

DES ALTERNATIVES AUX DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

En raison des ressources en termes de temps que cela exige pour constituer un dossier, le coût de dépôt, le délai pour obtenir une protection mais également l'obligation de divulguer les caractéristiques techniques de l'invention, certaines entreprises recourent à des moyens alternatifs de défense de leur propriété intellectuelle, en complément ou en remplacement, comme le « secret d'affaires », qui est la forme de protection la plus fréquemment employée par les entreprises. Le secret d'affaires est défini comme des informations qui répondent à certaines conditions. Il ne suffit donc plus, pour une entreprise, de garder secrètes ses informations mais des mesures destinées à les conserver secrètes doivent être mises en œuvre.

Si de nombreuses entreprises privilégient le secret d'affaires au détriment des brevets notamment, c'est en raison de ses nombreux avantages tels que l'absence de coûts, que cela soit d'enregistrement ou de prolongation ; de la possibilité de le conserver pour une durée illimitée ; de l'absence d'obligation de divulgation, de publication et de délai avant l'entrée en vigueur de la protection – il prend effet directement ; de l'application transversale sur tous les territoires et la protection d'un nombre plus important d'informations, et comprend, outre les inventions, le savoir-faire non brevetable tel que les méthodes de travail, qu'elles soient commerciales, administratives, financières ou autres.

Revers de la médaille, les recours juridiques sont plus limités, et il n'existe aucune garantie d'exclusivité s'il vient à être dévoilé.

LES PME, UN CAS À PART ?

Selon l'OCDE⁸, la propension à déposer des brevets, mais également à demander la protection d'autres droits de propriété intellectuelle, est fortement liée à la taille de l'entreprise, même chez les entreprises innovantes, et ce sont les PME qui sont les moins enclines à y recourir. Diverses raisons peuvent être avancées pour expliquer cette tendance. Tout d'abord, un déficit d'information du système de propriété intellectuelle est souvent constaté au sein des PME. Ensuite, constituer des dossiers de demande peut être chronophage, et ►

07. De nombreuses organisations aux niveaux mondial et national sont en charge des procédures pour protéger les brevets ou tout ce qui a trait à la propriété intellectuelle.

08. Les entreprises doivent s'assurer d'être propriétaires de leur propriété intellectuelle. Si nombre d'entre elles estiment évident qu'elles possèdent la propriété intellectuelle créée ou utilisée, de nombreux exemples de litiges prouvent que ce n'est pas toujours le cas, et surtout que la titularité n'est pas automatique.



09.

les PME ne disposent pas toujours de ressources humaines suffisantes ou d'experts à allouer à cette tâche. De plus, le coût du dépôt est souvent considéré comme trop important et les délais d'obtention trop longs, les PME estimant par conséquent que les avantages qui en découlent ne surpassent pas les aléas. En outre, la surveillance de leurs droits et les conflits éventuels en découlant peuvent également dissuader les PME de recourir aux instruments classiques de la propriété intellectuelle, d'autant plus si elles opèrent sur plusieurs marchés. Enfin, selon des études de cas de l'OMPI, non seulement les PME déposent moins souvent de demandes, mais lorsqu'elles en déposent, leur taux de réussite (en termes d'obtention du brevet) est sensiblement inférieur à celui de plus grandes entreprises, ce qui peut s'expliquer par une information insuffisante sur l'état antérieur de la technique, par une rédaction inadaptée des demandes de brevet, ou encore un accès limité aux conseils juridiques appropriés. Peut ensuite s'enclencher un cercle vicieux, puisqu'une PME qui n'a pas réussi à obtenir le brevet souhaité pourrait se détourner du système de propriété intellectuelle. Étant donné les éléments qui précèdent, les PME choisissent souvent de protéger leurs innovations via d'autres canaux : le secret, les clauses de confidentialité, la mise en

œuvre rapide, la complexité technologique, les relations fondées sur la confiance, etc.

LE BREVET, STOP OU ENCORE ?

L'un des principaux facteurs motivant la décision d'une entreprise d'investir dans l'innovation est la mesure dans laquelle elle pourra recouvrer ses investissements et réaliser des bénéfices grâce à son effort de R & D. Générer de nouvelles connaissances entraîne généralement des coûts élevés – dans le cas de la technologie, il s'agit des coûts liés aux investissements dans la R & D – alors que le copiage ou l'imitation n'induisent habituellement que de plus faibles coûts. En outre, la connaissance et l'innovation présentant les caractéristiques d'un bien non rival (sa consommation par plusieurs agents n'entraîne pas de perte de bien-être) et non excluable (il n'y a pas de moyen d'exclure un agent de l'accès à cette connaissance), il est difficile, pour une entreprise, de « s'approprier » les résultats de ses investissements dans la R & D. S'il est improbable que ses dépenses de R & D se traduisent par une augmentation de ses bénéfices, l'entreprise sera fortement dissuadée d'investir dans l'innovation. Ainsi, les brevets renforcent les incitations à l'innovation au prix d'une restriction temporaire de la concurrence. Autre point positif concernant en particulier le



10.

brevet, il permet de diffuser des informations techniques sur les inventions, et par conséquent accroît la circulation des nouvelles connaissances technologiques, puisque l'invention doit être décrite dans les demandes de brevet et que ces dernières sont publiées, dans la plupart des pays, 18 mois après leur dépôt. C'est en effet en contrepartie de la divulgation de l'invention qu'un monopole d'exploitation est accordé à l'inventeur. Enfin, la révélation des demandes de brevet est susceptible de réduire les ressources « gaspillées », car consacrées à des activités de R & D faisant double emploi.

Mais l'attribution de droits de propriété intellectuelle peut également restreindre la liberté d'exercice d'autres entreprises, et donc réduire la production d'innovations. Il existe aussi parfois un intérêt stratégique à détenir des brevets, même de piètre qualité, pour des motifs d'obstruction des concurrents. Ces comportements sont préjudiciables à l'innovation et à la concurrence, et ont donc un coût non négligeable pour l'ensemble de la collectivité. En outre, à un niveau macroéconomique, chaque pays peut avoir intérêt à faiblement protéger la propriété intellectuelle, ce qui permet à ses habitants de bénéficier des innovations existantes à faible coût, mais ne réduit pas l'innovation nationale⁹.

Le challenge est donc de concevoir des régimes de propriété intellectuelle qui équilibrent les différents avantages et inconvénients d'une restriction temporaire de la concurrence afin d'inciter à davantage d'innovation : quelle durée, quelle portée, quelles conditions en termes d'innovation, quelles politiques de concurrence à adjoindre, quel coût, quelles procédures, notamment en termes de litiges, sont autant de paramètres à définir au préalable et qui impacteront sans conteste l'orientation du système, et, *in fine*, le comportement des agents économiques.

LA DIGITALISATION, OPPORTUNITÉ OU MENACE ?

La transformation numérique révolutionne l'innovation dans tous les secteurs d'activité, mais les régimes de propriété intellectuelle n'ont pas toujours su évoluer au même rythme, laissant apparaître de nombreux défis dans ce nouveau modèle économique de l'immatériel, où concurrence et collaboration se côtoient plus que jamais, alors qu'elles paraissent, de par leur nature, opposées. Les évolutions technologiques facilitant le copiage et les imitations, la protection des données des entreprises est au cœur des débats, et le challenge est ►

09. La transformation numérique révolutionne l'innovation dans tous les secteurs d'activité, mais les régimes de propriété intellectuelle n'ont pas toujours su évoluer au même rythme, laissant apparaître de nombreux défis dans ce nouveau modèle économique de l'immatériel, où concurrence et collaboration se côtoient plus que jamais, alors qu'elles paraissent, de par leur nature, opposées.

10. L'un des principaux facteurs motivant la décision d'une entreprise d'investir dans l'innovation est la mesure dans laquelle elle pourra recouvrer ses investissements et réaliser des bénéfices une fois son effort de R & D ayant donné naissance à un produit ou processus innovant déployé.



INTERVIEW
LEX KAUFHOLD

Chargé de la direction, Office de la propriété intellectuelle, Ministère de l'Économie

“
Mettre en place et gérer le cadre et les instruments offerts aux entreprises et créateurs pour leur permettre de protéger leurs actifs de propriété intellectuelle
”

Quelles sont les fonctions de l'Office de la propriété intellectuelle (OPI) ?

« L'Office de la propriété intellectuelle est une direction du ministère de l'Économie. Il est chargé de mettre en place et de gérer le cadre et les instruments offerts aux entreprises et créateurs pour leur permettre de protéger leurs actifs de propriété intellectuelle (brevets, marques, dessins et modèles, droits d'auteur et droits voisins). Le produit des efforts intellectuels est reconnu par les lois et les conventions nationales et internationales comme un droit de propriété intellectuelle permettant de protéger certains actifs immatériels. L'Office représente le Luxembourg au niveau européen et dans des instances internationales, comme l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI), l'Office européen des brevets (OEB), l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) ou encore l'Office Benelux de la propriété intellectuelle. L'Office est également à l'initiative de toutes les lois et réglementations qui ont trait à cette matière et enregistre des brevets.

Quels sont vos liens avec les autres acteurs qui œuvrent au Luxembourg sur les questions touchant à la propriété intellectuelle ?

« Nous travaillons avec les acteurs privés et institutionnels. Nos relations sont excellentes avec les acteurs privés en charge de la propriété industrielle, les mandataires de brevets, les avocats, les différentes associations et les sociétés de gestion collective, et elles sont également très bonnes avec les grandes institutions, comme la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers, ou les différents ministères. Puis, nous pouvons dire que nous sommes complémentaires au travail effectué par l'IPIL (voir interview page 47, ndlr). S'il fallait grossir le trait pour illustrer cela, à l'OPI, nous sommes plus des théoriciens, tandis que l'IPIL est plus sur le terrain. »



11.

de taille : trouver un juste équilibre entre leur divulgation et leur protection, et ce afin de favoriser l'innovation et le développement de nouvelles technologies tout en protégeant suffisamment les titulaires de droits. Les **droits d'auteur** sont par exemple soumis à rude épreuve, le système étant principalement conçu pour le monde du papier et de l'imprimé. Or, la digitalisation favorise la diffusion et la communication des œuvres, facilite la reproduction, etc. En outre, quels droits accorder aux œuvres issues de l'intelligence artificielle (IA), et à qui accorder les droits d'auteur ? Au Luxembourg, Aiva (Artificial Intelligence Virtual Artist), une intelligence artificielle capable de composer de la musique symphonique et émotionnelle et qui a notamment créé la musique du film d'animation *Let's make it happen* pour la campagne Inspiring Luxembourg, est reconnue – mais certains contestent ce choix – comme compositrice à part entière par la Sacem, la société de gestion collective de droits d'auteur, pour les auteurs, compositeurs et éditeurs au Luxembourg.

Le droit d'auteur protège également les logiciels, qui ne sont pas brevetables en tant que tels en Europe, le législateur européen estimant en effet que protéger pendant 20 ans un programme d'ordinateur est disproportionné. Une protection par brevet ne sera accordée que si le programme informatique fait partie intégrante d'une innovation technique, par exemple un programme qui contrôle le cycle de lavage d'une machine à laver ou encore le système de

11. Selon l'OCDE, la contrefaçon et le commerce des produits piratés, en 2016, au niveau mondial, représentent 2,5 % du commerce mondial, soit près de 338 milliards d'euros, occasionnant la perte d'environ 800.000 emplois et un manque à gagner d'approximativement 14,3 milliards d'euros de recettes fiscales par an. 12. Si les vêtements et les chaussures, les médicaments, la maroquinerie, les cosmétiques, les vins et les smartphones figurent parmi les secteurs les plus touchés, les entreprises risquent de voir leurs produits contrefaits et les contrevenants se diversifier.



12.

freinage d'une voiture. Ainsi, un brevet est accordé pour protéger l'effet technique d'un programme informatique, tandis que le droit d'auteur protège l'expression de ce programme, et ce sans aucune formalité préalable de dépôt. Mais rappelons que le droit d'auteur protège la forme, et non pas les idées : les algorithmes ou encore les fonctionnalités d'un logiciel ne sont donc pas protégés, contrairement au code source. Le début des années 1980 fut marqué par l'émergence de logiciels libres ou dits *open source* : Linux, Android, Mozilla ou encore MySQL ne sont que quelques exemples, mais certainement les plus connus. Mais que faut-il entendre par « libre » ? Exempt de droits d'auteur ? Ce raccourci reste trop souvent de mise. Car comme son nom ne l'indique pas, cette liberté peut être assortie de conditions, car il revient au détenteur du droit d'auteur de déterminer le niveau de « liberté » en termes d'utilisation, de copie, de distribution, etc. Le principe à ne pas négliger est donc que « tout ce qui n'est pas autorisé est interdit », afin de ne pas glisser dans la contrefaçon. *Open source* et propriété intellectuelle ne sont pas rivales mais complémentaires.

Il peut paraître paradoxal que des entreprises privées mettent à disposition de leurs concurrents leur savoir. Mais dans une économie de l'immatériel, celui qui échange une idée repart avec deux idées, contrairement à une économie dite matérielle, au sein de laquelle celui qui échange un bien repart avec un seul bien. Et l'*open source* est une parfaite illustration

de *win-win* pour les divers protagonistes, mais également pour l'économie dans son ensemble : d'une part, l'auteur d'un nouveau logiciel gagne un temps non négligeable en évitant d'écrire à nouveau entièrement un programme qui existe déjà et qu'il veut compléter. D'autre part, en les laissant examiner, la communauté améliore sans cesse les logiciels, décèle les bugs et les failles de sécurité, les rendant souvent d'excellente qualité. Pour les entreprises, les défis restent donc de taille. ●

⁽¹⁾ OCDE, « Actifs immatériels et création de valeur », réunion du Conseil de l'OCDE au niveau ministériel, 2006.

⁽²⁾ Marie-Ange Andrieux, *Mettre enfin l'immatériel au service de la croissance*, Institut de l'entreprise, Sociétal n°66, Dossier Économie de la connaissance, 4^e trimestre 2009.

⁽³⁾ H. Desbois, *Le droit d'auteur en France*, Dalloz 1978.

⁽⁴⁾ Règlement d'exécution (UE) 2018/626 de la Commission du 5 mars 2018 établissant les modalités d'application de certaines dispositions du règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil sur la marque de l'Union européenne, et abrogeant le règlement d'exécution (UE) 2017/1431.

⁽⁵⁾ IPII.

⁽⁶⁾ OCDE / EUIPO (2016), « Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact ».

⁽⁷⁾ EUIPO, « Synthesis Report on IPR Infringement » 2018, juin 2018.

⁽⁸⁾ Voir notamment : 2^e conférence de l'OCDE des ministres en charge des Petites et moyennes entreprises (PME), *Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée*, Istanbul, Turquie 3-5 juin 2004.

⁽⁹⁾ Conseil d'analyse économique, *Propriété intellectuelle*, 2003.



La parodie, exception au droit d'auteur

Lorsqu'il s'agit de faire rire, sans chercher à nuire, le droit d'auteur fait preuve de souplesse au nom de la sacro-sainte liberté d'expression. Ainsi, s'il est clair qu'il s'agit d'une parodie, d'un pastiche ou d'une caricature, et qu'il n'existe pas de confusion possible avec l'œuvre originale, cette dernière peut être utilisée librement, et la contrefaçon ou l'atteinte aux droits ne pourront pas être invoquées par l'auteur.



The I.P. Factory

Découvrez notre poster détachable en fin de magazine

SOCIÉTÉ D'IMPACT SOCIÉTAL

UN STATUT JURIDIQUE ADAPTÉ AUX ENTREPRENEURS ENGAGÉS

Depuis la publication le 12 décembre 2016 de la loi portant création des sociétés d'impact sociétal (SIS), une vingtaine d'entreprises luxembourgeoises ont adopté ce statut. Leurs profils variés illustrent toute la diversité de l'entrepreneuriat social et l'utilité d'une forme juridique dédiée aux projets entrepreneuriaux à finalité sociale. C'est notamment ce que montrent les trois exemples de SIS présentés dans cet article.

Texte : Jean-Baptiste Nivet, Affaires économiques, Chambre de Commerce

Photos : Youth & Work, Yolande Coop/Elisabeth

Depuis des décennies, il existe au Luxembourg de nombreuses organisations ayant une activité économique dont le but principal est d'avoir un impact sociétal positif. Elles peuvent prendre la forme de centres d'insertion ou de réinsertion professionnelle, d'ateliers protégés qui embauchent majoritairement des personnes en situation de handicap, de prestataires qui offrent des services d'aide et de soins aux personnes âgées, de financeurs alternatifs ou encore d'épiceries solidaires. Ces organisations se sont réunies en 2013 au sein d'un réseau : l'Union luxembourgeoise de l'économie sociale et solidaire (ULESS).

Plus récemment, de nouveaux entrepreneurs sociaux sont apparus, qui désirent donner un sens à leur projet d'entreprise par une finalité sociale ou environnementale. Certains d'entre eux terminent juste leurs études, d'autres y voient la suite logique de leur parcours professionnel. Tous veulent entreprendre au bénéfice d'un changement positif pour la société, le plus souvent pour répondre à un problème ciblé : développement de l'agriculture bio-

logique, aide aux personnes en forte précarité, promotion de l'égalité des chances ou de l'égalité entre sexes, diffusion de projets culturels, etc.

D'UNE DÉFINITION DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE...

Ces organisations peuvent être regroupées sous l'appellation « économie sociale et solidaire » (ESS). Cette « autre » économie est en progression en Europe et au Luxembourg, portée par le développement des services aux personnes, en lien notamment avec le vieillissement de la population, par la remise en cause du « profit » comme seule finalité de l'entreprise, par l'adoption des modes de gestion et de management des entreprises pour résoudre les problèmes sociaux, par l'apparition de nouvelles façons de produire, de consommer ou d'échanger, et par les nouvelles formes d'innovation sociale, entre autres.

L'ESS ne bénéficie toutefois pas d'une définition commune en Europe, prenant selon l'histoire de ce mouvement et les mutations socio-économiques de chaque

pays des formes différentes, très ancrées sur les coopératives en Italie par exemple, le milieu associatif en France, ou encore le *social business* et les fondations dans les pays anglo-saxons. La loi de 2016 fut l'occasion de définir l'ESS pour le Luxembourg, permettant ainsi de reconnaître les spécificités des organisations qui en font partie et de décider des principes communs à toutes ces structures. Depuis 2016, l'économie sociale et solidaire est ainsi « *un mode d'entreprendre auquel adhèrent des personnes morales de droit privé* » qui ont une activité économique, ont pour but de contribuer à répondre à certaines problématiques sociétales (soutien à des personnes en situation de fragilité, lutte contre les différentes formes d'inégalité, préservation du lien social...) ou environnementales, ont une gestion autonome et dont au moins la moitié des bénéfices est réinvestie dans le développement de l'activité de l'entreprise. L'ESS luxembourgeoise regroupe donc bien des entreprises à finalité sociale, autonomes et à la lucrativité limitée.

... À UN STATUT POUR LES ENTREPRISES À FINALITÉ SOCIALE

Les organisations de l'ESS pouvaient parfois voir leur réussite freinée par la difficulté à trouver la bonne forme juridique, entre un statut d'asbl qui n'est pas conçu pour des organisations avec des activités commerciales et des statuts « classiques » de sociétés qui ne tiennent pas compte de

“

L'économie sociale et solidaire luxembourgeoise regroupe des entreprises à finalité sociale, autonomes et à la lucrativité limitée.

”



Le Jardin des papillons est l'un des attraits touristiques de Grevenmacher. En 2011, Yolande Coop a repris et transformé le jardin en atelier d'inclusion professionnelle. Elle y emploie des personnes atteintes d'une déficience intellectuelle.

leurs spécificités. C'est pourquoi la loi de 2016 avait pour ambition, selon l'exposé des motifs de son projet, de « permettre aux entreprises luxembourgeoises qui poursuivent une finalité sociale ou sociétale d'évoluer dans un cadre juridique adapté qui valorise et qui mette en évidence leurs spécificités tout en encourageant le déploiement de leurs activités économiques ».

“
Les SIS doivent
respecter de
nombreux principes.
”

De fait, les SIS doivent respecter de nombreux principes. Leur objet social doit rentrer dans la définition luxembourgeoise

de l'ESS, tandis que la réalisation de cet objet social est vérifiée par des indicateurs de performance définis par chaque SIS. La moitié ou plus du capital des SIS est constituée de parts dites « d'impact » qui ne donnent pas lieu à dividendes, les bénéfices alloués à ces parts étant dédiés au maintien et au développement de l'activité de l'entreprise. Les dividendes liés aux autres parts, appelées parts de rendement, ne peuvent être distribués que si l'objet social, évalué au moyen des indicateurs de performance, est atteint. Le niveau des salaires dans la SIS est contraint, les plus hautes rémunérations ne pouvant dépasser le plafond de six fois le salaire social minimum. Enfin, le respect de ces obligations légales est vérifié par un réviseur qui examine les comptes annuels et le rapport d'impact extra-financier obligatoire de la SIS. En contrepartie de ces obligations, les SIS dont 100 % des parts sont « d'impact »

bénéficient de certaines dispositions fiscales : exemption de l'impôt sur le revenu des collectivités et de l'impôt commercial communal notamment. Elles ont aussi accès à certaines activités non permises pour les autres sociétés, dans les domaines du prêt temporaire de main-d'œuvre ou de la recherche scientifique, par exemple.

Un écosystème d'accompagnement des entrepreneurs sociaux a été mis en place. La House of Entrepreneurship est un passage obligé pour ceux-ci. Les porteurs de projet d'entrepreneuriat social peuvent aussi se faire accompagner lors de la phase de pré-création par le programme Impuls de nyuko. Lorsque le projet a vocation à devenir une SIS, les entrepreneurs peuvent alors faire appel à 6zero1, qui a pour mission de les accompagner tout au long du processus de création et de lancement de leur société. Une vingtaine de SIS existent à ce jour, correspondant à des créations ►

de nouvelles entreprises ou à des organisations existantes qui ont obtenu l'agrément. En voici trois exemples.

YOLANDE COOP, L'INCLUSION PAR LE TRAVAIL

Yolande Coop est une coopérative aux activités variées regroupant sept ateliers d'inclusion professionnelle. Sur les 108 personnes travaillant dans l'entreprise, 80 ont le statut de salarié handicapé. Yolande Coop est née en 2007 avec pour mission d'offrir dans l'est du pays un environnement de travail adapté aux personnes atteintes d'une déficience intellectuelle, leur permettant de travailler en fonction de leurs capacités. Dès ses débuts, la société développe deux activités bien différentes : un atelier de savonnerie et un atelier de boulangerie.

Depuis, elle a notamment créé un atelier de cuisine qui réalise des prestations de traiteur et a repris la gestion du Jardin des papillons, où se trouvent une petite épice-

rie et une brasserie, lieux de vente alimentés par les ateliers de Yolande Coop. Au fil des années, l'entreprise a pu développer d'autres projets : une buanderie, un atelier de recyclage et des services destinés aux entreprises, dont des prestations de mailing.

Yolande Coop est une des premières entreprises à avoir demandé et obtenu l'agrément SIS. Elle l'a fait au moment d'un changement de structuration globale du groupe Elisabeth, dont elle fait partie. C'est en effet à partir de 2018 que la société Apollonia, elle aussi SIS, assure la coordination et la gestion de toutes les entités du groupe Elisabeth. Pour Yolande Coop, c'est l'occasion de bénéficier des exemptions fiscales spécifiques aux SIS et de déterminer des indicateurs de performance, centrés sur le nombre de salariés handicapés employés et les formations qu'ils peuvent suivre. Yolande Coop entend continuer à se développer au cours des prochaines années, pour répondre à sa mission

sociale. Le maraîchage est l'une des pistes de ce développement.

YOUTH & WORK, FACE À LA PRÉCARITÉ DES JEUNES

L'histoire de Youth & Work est différente de celle de Yolande Coop, le passage en SIS marquant une étape indispensable au maintien de son activité. C'est en effet pour pouvoir poursuivre le projet et devenir une organisation indépendante, après avoir été durant des années porté par le Syndicat intercommunal du canton de Redange, que Youth & Work a adopté le statut de SIS au moment où se clôturait le Fonds social européen, qui le finançait jusque-là. Le passage de témoin s'opère en 2018 entre le Syndicat intercommunal et les trois salariées fondatrices et associées de la SIS.

Acteur majeur de la Garantie pour la jeunesse, la SIS Youth & Work a pour ambition de permettre aux jeunes en situation de précarité de « pouvoir gérer leur propre vie »,



Bien plus qu'un restaurant, la Trattoria du Circolo Curiel est d'abord et avant tout un lieu de rencontres et d'échanges interculturels. Bonne cuisine et culture s'y mélangent dans une atmosphère unique.



comme l'indique sa gérante Ariane Toepfer. Pour ce faire, la société aide des jeunes ayant jusqu'à 30 ans à intégrer le monde du travail. Basé sur le volontariat, cet accompagnement gratuit prend la forme de coaching par l'équipe de la SIS. Les indicateurs de performance permettant d'évaluer la réalisation de sa finalité sociale sont les résultats concrets du coaching : obtention ou non de contrat de formation ou d'emploi pour les jeunes accompagnés, et évaluation par les jeunes eux-mêmes du parcours effectué.

Pour Youth & Work, le statut de SIS constitue une solution idéale, pour réunir impact social et professionnalisation de l'entreprise. Il doit l'aider dans l'accomplissement de son ambitieux objectif : être la référence pour l'inclusion des jeunes au Luxembourg.

CURIEL, RESTAURANT ITALIEN À VOCATION CULTURELLE

Restaurant, mais pas seulement, la SIS Curiel participe depuis les années 70 à la cohésion sociale au Luxembourg en « permet-

tant l'exercice d'activités sociales, culturelles, sportives et récréatives, de manière à développer une amicale entente et une compréhension réciproque entre tous les membres et la population luxembourgeoise ». En cette rentrée 2019, Curiel propose ainsi divers projets culturels, avec des présentations de livres, des cycles de films sur l'émigration notamment et des conférences autour de l'actualité politique, sociale et culturelle. Son offre culinaire participe aussi à la diffusion de la culture italienne et à la découverte de la gastronomie des autres pays, le restaurant servant à l'organisation de soirées à thèmes régionaux et internationaux. Curiel fait partie de ces asbl qui ont fait le choix de se transformer en SIS, pour être en accord avec son activité commerciale tout en étant résolument une organisation de l'ESS. Ceci lui permet d'être en règle au niveau de l'autorisation d'établissement et de l'administration fiscale, mais aussi de mettre en valeur tous les projets qu'elle développe. ●

“

Les porteurs de projet d'entrepreneuriat social peuvent faire appel à 6zero1, qui a pour mission de les accompagner tout au long du processus de création et de lancement de leur société.

”

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

DÉPOUSSIÉRER LE PASSÉ POUR CONSOLIDER L'AVENIR

La publication du bulletin économique *Actualité & tendances* n°22 de la Chambre de Commerce, intitulé *Le train de l'économie circulaire est en marche, souligne le besoin de repenser le modèle économique luxembourgeois*.

Texte : Hoai Thu Nguyen Doan, Affaires économiques, Chambre de Commerce
Photos : Ecotrel, ArcelorMittal, Pierre Guersing

Le think tank américain Global Footprint Network estime que, si la population mondiale s'alignait sur le mode de vie luxembourgeois, il faudrait pas moins de huit planètes pour subvenir à ses besoins. Ce constat amène à s'interroger sur la résilience de l'économie grand-ducale sur le long terme. En effet, si le Luxembourg jouit actuellement d'une économie en bonne santé, force est de constater que cette dernière repose sur des fondements fragiles : la croissance économique qui alimente le Grand-Duché est largement extensive, c'est-à-dire que la création de richesses supplémentaires est étroitement liée à la consommation accrue

de ressources, telles que le travail, le capital ou les matières premières.

Dans ce contexte, des défis significatifs concernant les infrastructures, le logement, la mobilité ou encore la cohésion sociale émergent. Ainsi, la croissance de la population et de l'emploi a contribué à l'aggravation de la congestion sur les axes routiers majeurs nationaux durant les heures de pointe, faisant du Luxembourg un des pays de l'Union européenne où le temps passé dans les embouteillages serait le plus long (palmarès TomTom des villes les plus embouteillées du monde). En outre, une projection du STATEC, réalisée en avril 2019,

estime un besoin de 5.600 à 7.500 logements supplémentaires chaque année.

UN MODÈLE ÉCONOMIQUE QUI S'ESOUFFLE

Actuellement, le modèle économique dominant au niveau mondial, qui est aussi celui du Luxembourg, repose sur une logique de production et de consommation dite « linéaire ». Cette dernière, héritée de l'ère industrielle, consiste à réitérer la routine « extraire (des ressources), consommer, jeter ». Ce modèle, favorisé par la disponibilité large de matières premières bon marché, est apparu à la fin du 19^e siècle, où il a été le moteur de la croissance économique dans la plupart des pays développés. À cette époque apparurent les premiers grands magasins qui marquèrent l'avènement de la société de consommation.

Depuis, le monde a évolué, transformé par des phénomènes majeurs tels que les révolutions industrielles, l'explosion démographique ou encore la diffusion des valeurs consuméristes au niveau mondial. En raison de ces changements de paramètres, l'efficacité du modèle économique linéaire est remise en cause. Ce dernier se heurte désormais à trois écueils principaux : l'épuisement des ressources (source d'inflation généralisée, d'instabilités économiques et de tensions géopolitiques), l'accumulation de déchets (au Luxembourg, chaque euro d'activité économique génère 2,5 kg de déchets⁽¹⁾), et enfin, l'empreinte écologique lourde.

REPENSER LE MODÈLE ÉCONOMIQUE EN TERMES DE RÉSILIENCE

À ces défis à venir s'ajoute, au niveau mondial, une croissance en berne dans la plupart des puissances économiques. Ainsi, l'OCDE, dans ses *Perspectives économiques intermédiaires*, publiées en mars 2019, prévoit « un fléchissement de l'activité dans la quasi-totalité des pays du G20 » et s'attend à ce que leur taux de croissance soit plafonné aux environs de 3% dans les années à venir, ce qui est largement en deçà de la tendance historique. Tous ces éléments pointent vers un essoufflement du modèle économique linéaire.

Nos systèmes économiques occidentaux, basés sur la consommation de masse, génèrent une quantité de déchets qui devient très difficile à gérer.



Certains industriels développent déjà des solutions performantes d'économie circulaire. C'est le cas d'ArcelorMittal avec ses palplanches réutilisables à l'infini.



Ce dernier semble peiner à garantir la prospérité sur le long terme. C'est pourquoi il gagnerait à être repensé en termes de durabilité. La résilience constitue d'ailleurs un enjeu mondial et crucial, qui compte parmi les 17 objectifs de développement durable définis par l'Organisation des Nations unies dans son Agenda 2030. Au Luxembourg, ces objectifs se déclinent via de nombreuses initiatives issues à la fois du gouvernement, des entreprises et de la société civile : entre autres, un troisième plan national pour le développement durable, déployé depuis septembre 2018, un plan national intégré en matière d'énergie et de climat en cours de gestation, une stratégie nationale relative à la finance durable et des pratiques relatives à la responsabilité sociale d'entreprise qui se diffusent à grande échelle. Parmi cette multitude d'initiatives, un concept semble être sur toutes les lèvres de manière récurrente :

celui d'« économie circulaire ». Ainsi, l'accord de coalition pour la période 2018-2023 compte près de 30 points relatifs à l'« économie circulaire » dans des domaines aussi divers que l'agriculture, la fiscalité, le logement ou les travaux publics, pour ne citer que quelques exemples.

“ Si la population mondiale s'alignait sur le mode de vie luxembourgeois, il faudrait pas moins de huit planètes pour subvenir à ses besoins. ”

UNE PRATIQUE ANCIENNE À DÉPOUSSIÉRER

L'économie circulaire se définit, selon la fondation Ellen MacArthur, comme « un cycle de développement positif continu qui préserve et développe le capital naturel, optimise le rendement des ressources et minimise les risques systémiques par la gestion des stocks et des flux de ressources. [Il est] un système qui demeure efficace quelle que soit l'échelle. » Plus concrètement, l'économie circulaire consiste à maximiser l'utilité d'une ressource ou d'un produit et vise à la sobriété dans leur consommation ainsi que l'atténuation de l'impact environnemental. Il s'agit notamment de créer des « boucles » via la maintenance, la réutilisation et le reconditionnement, de sorte à maintenir les ressources le plus longtemps possible dans le circuit économique et éviter la production de déchets en fin de cycle. L'économie ►

Dans sa publication *Actualité & tendances* n°22, consacrée à l'économie circulaire, la Chambre de Commerce souligne la nécessité d'accélérer la transition vers une économie plus sobre en consommation de ressources.



circulaire vise ainsi ultimement à atteindre un système de production « zéro déchet » en transformant les produits en fin de vie en ressources réutilisables.

Contrairement aux idées reçues, le concept d'économie circulaire existait déjà bien avant sa popularisation à grande échelle, là où le concept de « déchets » est une invention relativement récente. L'intégration du cycle des matières au sein du système économique, ainsi que la mise en place de systèmes de bouclage de flux entre activités agricoles, urbaines et industrielles ont constitué autant d'éléments-clés ayant participé au succès des précédentes révolutions industrielles. Si ces dernières sont achevées, il n'en est pas de même pour l'économie circulaire qui, à l'aune du déploiement rapide de technologies auparavant inédites, telles que le « big data » ou l'intelligence artificielle, regorge aujourd'hui d'un potentiel incontestable pour relancer l'économie et la consolider sur le long terme.

BIEN PLUS QUE DES CONSIDÉRATIONS ÉCOLOGIQUES

Si l'économie circulaire accorde une importance majeure à la préservation des ressources naturelles, elle vise aussi à atteindre un équilibre à la fois écologique, économique et social, puisque ces trois sphères évoluent conjointement dans un modèle de développement durable. En ce sens, le rapport publié en 2015 par le Club de Rome estime que le déploiement de l'économie circulaire dans l'Union européenne serait susceptible, à l'horizon 2030, de générer 2 millions d'em-

ploiis tout en augmentant de 30 % la productivité des ressources, ce qui représenterait 600 milliards d'euros d'économies par an sur les ressources primaires, et 7 points de PIB additionnels par rapport au scénario actuel fondé sur le modèle linéaire. Grâce à l'économie circulaire, il est alors possible de « faire plus avec moins ».

“

Il s'agit de créer des 'boucles' via la maintenance, la réutilisation et le reconditionnement, de sorte à maintenir les ressources le plus longtemps possible dans le circuit économique.

”

Au niveau macroéconomique, l'économie circulaire aurait le potentiel de dynamiser l'économie nationale, tandis qu'au niveau microéconomique, elle serait source de nombreuses opportunités pour les entreprises (ex. : réduction des coûts, gains de compétitivité, sécurisation des approvisionnements, nouveaux marchés, produits et modèles d'affaires, etc.). C'est d'ailleurs pour ces raisons que les grandes puissances économiques au niveau mondial ont d'ores et déjà mis en place des mesures pour déployer l'économie circulaire. L'Union européenne, par exemple, a constitué des budgets d'envergure à ces fins (ex. : 80 milliards d'euros pour le programme Horizon 2020, 3,4 milliards d'euros pour le programme COSME,

etc.) et déployé un plan d'action pour accélérer sa transition vers l'économie circulaire, stimuler sa compétitivité au niveau mondial et promouvoir une croissance économique durable et génératrice d'emplois.

Au Luxembourg, il existe également une réelle volonté nationale d'aller vers une économie plus résiliente, en témoignant l'accord de coalition pour la période 2018-2023, mais aussi l'existence de nombreuses initiatives relatives à l'économie circulaire mises en œuvre par le gouvernement, les entreprises, les associations et la société civile. Les bouleversements sociaux, économiques, technologiques et environnementaux des dernières décennies ont redéfini le monde et ouvert un horizon inédit de possibilités. Dans ce cadre, la transition d'une économie linéaire en obsolescence vers une économie circulaire plus résiliente regorge d'opportunités.

Dans l'optique d'aider les entreprises à saisir celles-ci, la Chambre de Commerce, dans une volonté d'accompagnement et de soutien, a notamment publié son bulletin économique *Actualité & tendances* n°22: *Le train de l'économie circulaire est en marche* et organise des événements et formations en

relation avec l'économie circulaire : une présentation sur ce thème est prévue le 24 septembre 2019, dans le cadre des Entrepreneurs Days de la House of Entrepreneurship ; le sujet est à l'ordre du jour de la future visite d'État du couple royal belge en octobre 2019 ; la House of Training propose un module de formation intitulé « L'approche 'économie circulaire' comme une source d'innovation pour les entreprises », dont la prochaine session est programmée pour le 19 novembre 2019. ●

Plus d'informations :

www.cc.lu/services/publications/

<https://houseoftraining.lu/training/>

⁽¹⁾ Étude Troisième Révolution Industrielle (TIR)



No planet without a plan

Create opportunity through sustainability

Together, let's identify the upcoming challenges and opportunities presented by sustainable finance; from the integration of ESG commitments within your organization to the demonstration of your accountability to investors.

www.deloitte.com/lu

DIE 18. DEUTSCH-LUXEMBURGISCHE WIRTSCHAFTSKONFERENZ

MOBILITÄT NEU DENKEN – EINE MODERNE INFRASTRUKTUR FÜR DIE GROSREGION

Am 1. Juli 2019 fand in der Handelskammer die mittlerweile 18. Deutsch-Luxemburgische Wirtschaftskonferenz statt, die sich um das Thema der Mobilität innerhalb der Großregion drehte. In Anwesenheit der Minister François Bausch, Anke Rehlinger aus dem Saarland sowie Sabine Bätzing-Lichtenthäler aus Rheinland-Pfalz wurde in der Diskussion festgestellt, dass das Thema der Mobilität und die damit verbundenen Herausforderungen nicht Angelegenheit eines einzelnen Staates seien, sondern alle Länder in der Großregion gleichermaßen betreffen und daher nur gemeinsam gelöst werden könnten.

Text: Michaela Hornak, Wirtschaftliche Angelegenheiten, Handelskammer Luxemburg
Fotos: Pierre Guersing

Um voran zu kommen, muss die Thematik der Mobilität in Zukunft zusammen mit anderen Politikbereichen wie jenem des Arbeitssektors gedacht werden anstatt sie – wie bisher – isoliert zu betrachten. Vor allem in der Digitalisierung sahen die anwesenden Politiker ein Mittel zur Lösung der Herausforderungen im Infrastruktur- und Transportbereich.

MOBILITÄT IN DER GROSREGION – STATUS QUO

Wenn man über das Thema der Mobilität im Kontext des Großherzogtums spricht, kommt man nicht umhin, gewisse Tatsachen festzustellen.

Zum Einen wäre da das stetige Ansteigen der Luxemburger Wohnbevölkerung, die sich in den letzten 40 Jahren verdoppelt hat und bei aktuell etwas mehr als 600.000 Einwohnern steht. Zum Anderen lässt sich auch konstatieren, dass die Anzahl derer, die zum Arbeiten ins Großherzogtum einpendeln, stark gestiegen ist – in den letzten 25 Jahren hat sich die Zahl der Arbeitsplätze innerhalb des Großherzogtums mehr als verdoppelt. Zu guter Letzt muss in diesem Zusammenhang gesagt werden, dass die Nutzung der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur nicht mit dem Verkehrsaufkommen, das in Folge der erhöhten Anzahl an Einwohnern und Pendlern entsteht, mithalten vermag. Diese Erkenntnisse bildeten den unstrittigen Ausgangspunkt der Diskussionen am Abend der Konferenz.

Zusätzlich betonte Luc Frieden, Präsident der Handelskammer, dass gerade die Großregion als Vorbild fungieren könnte für ein Europa, welches sich zwar Binnenmarktregeln gegeben hat, diese jedoch nur bedingt lebe.

Innerhalb dieser Großregion stellen die Bundesrepublik und das Großherzogtum seit jeher für einander wichtige Handelspartner dar – die Luxemburger Exporte in Richtung Deutschland belaufen sich jährlich auf 23 Milliarden Euro, während umgekehrt 17 Milliarden an Gütern und Dienstleistungen aus Deutschland nach Luxemburg importiert werden.

INFRASTRUKTURLÖSUNGEN UND – HERAUSFORDERUNGEN

Genannt wurden im Bereich der momentanen Infrastrukturgegebenheiten vor allem die bereits erfolgten Projekte – im Bereich des Straßenausbaus etwa die Erweiterung der A8 auf deutscher Seite oder auch das gemeinsame Vorzeigeprojekt der „Fahrerlosen Mobilität“ in der Region Schengen – ein Vorläufer des „Automated Driving“ – des Fahrens mit einem „intelligenten Auto“, das bis 2020 in zwei Stufen eingeführt werden wird.

Letzteres würde allerdings auch nicht unmittelbar zu einer Lösung führen und könnte allgemein nur gelingen, wenn es technisch über die Grenzen hinweg funktionieren würde. Dazu wäre vor allem der Ausbau des Breitbandnetzes absolut notwendig – aktuell gebe es noch Lücken beim

4G beziehungsweise 5G- Netz. Ministerin Bätzing-Lichtenthäler sprach sich in diesem Zusammenhang für den Ausbau einer „Datenautobahn“ aus. Generell wurde die Tatsache, dass Luxemburg ein Anziehungspunkt innerhalb einer Großregion ist, in der es für das gemeinsame Wirtschaften notwendigerweise nationale Grenzen zu überwinden gilt, als eines der Hindernisse im Bereich der Gesetzgebung sowie auch der Umsetzung von Projekten identifiziert. Andere wirtschaftliche Großräume, die sich innerhalb eines Nationalstaates befinden – hier wurde das Beispiel von Frankfurt am Main genannt – hätten diese Herausforderungen nicht.

“

Mobilität dürfe keinesfalls isoliert betrachtet werden, sondern müsse stets in einen „multimodalen“ Ansatz eingebettet sein.

”

Darüber hinaus kamen die als unzureichend befundenen Zugverbindungen zwischen Luxemburg und Deutschland zur Sprache, wobei hier als Hauptproblem festgehalten wurde, dass Trier nicht an das ICE-Netz angebunden sei. Laut Minister Bausch handele es sich hier um eine „Investitionslücke“ in der Bundesrepublik – zur Zeit würde hauptsächlich „östlich des Rheins“ investiert.

URSPRUNG ALLER ÜBERLEGUNGEN: DAS PENDLERAUFKOMMEN – ODER „EINE GRENZGÄNGERGENESE“

Beinahe die Hälfte der Arbeitnehmer in Luxemburg – aktuellen Zahlen des STATEC nach 192.000 von insgesamt 422.000 Arbeitnehmern – sind sogenannte Grenzgänger.

Ein Viertel all jener, die aus dem Ausland zum Arbeiten in das Großherzogtum einpendeln, kommt aus der Bundesrepublik.

Aktuell entscheidet sich jeder zweite dieser Pendler dafür, die Strecke vom Wohnort zum Arbeitsplatz mit dem Auto zurückzulegen.

Des Weiteren gesellen sich zu den Pendlern auch noch Andere, die die Straßen-



(von l. nach r.) Luc Frieden, Präsident der Handelskammer Luxemburg; Sabine Bätzing-Lichtenthäler, Ministerin für Soziales, Arbeit, Gesundheit und Demografie des Landes Rheinland-Pfalz; Anke Rehlinger, Ministerin für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr /Stv. Ministerpräsidentin Saarland; François Bausch, Minister für Mobilität und öffentliche Arbeiten Luxemburg; S.E. Dr. Heinrich Kreft, Botschafter der Bundesrepublik Deutschland in Luxemburg.

infrastruktur nutzen – so etwa deutsche Handwerksbetriebe, die Aufträge im Großherzogtum bedienen.

LÖSUNGSANSÄTZE ODER ANSATZWEISE LÖSUNGEN?

Minister Bausch zufolge müssten mögliche Lösungen anhand der Achse Mobilität – Klima – Digitalisierung gedacht werden, wobei Letztere ein Instrument wäre, um die beiden anderen Themen behandeln zu können. Diese drei Bereiche würden ineinandergreifen und wären absolut essentiell, um in Verkehrsfragen Ergebnisse zu erzielen. Mobilität dürfe keinesfalls isoliert betrachtet werden, sondern müsse stets in einen „multimodalen“ Ansatz eingebettet sein.

Einigkeit gab es bei den Politikern darüber, dass in der Vergangenheit ein gewisser „Tunnelblick“ in Bezug auf die Mobilität vorgeherrscht hat – mal glaubte man alleine im Ausbau der Autobahnen (etwa von zwei auf drei Spuren) das Allheilmittel gefunden zu haben, mal schien dies die Einführung einer neuen Tramstrecke zu sein. Ein Umdenken weg vom Ausbau der Infrastruktur hin zum letztendlich angestrebten Ziel – nämlich, Menschen zu bewegen – wäre

absolut notwendig, genauso wie eine umfassendere Planung der Mobilität, die grenzüberschreitend angelegt ist.

Zu guter Letzt käme man nicht umhin, massiv zu investieren, um die gewünschten Ziele zu erreichen.

UND WENN WIR ARBEIT NEU DENKEN...?

Einig waren sich die Podiumsdiskussionsteilnehmer ebenfalls darin, dass die Art und Weise, wie Arbeit organisiert wird, Mobilität beeinflusst und ein wichtiger Hebel ist, um Verkehrsaufkommen zu reduzieren.

Eine Dezentralisierung von Arbeitsplätzen – etwa in Form von „Shared Offices“ direkt an den Landesgrenzen – oder auch eine Flexibilisierung von Arbeitszeiten, weg von der Dominanz des „9 to 5“ Jobs hin zu flexibleren Arbeitszeitmodellen sowie der Ausbau der Telearbeit, könnten etwaige Lösungsansätze darstellen.

UND DIE LÖSUNG IST...

Eine verbesserte Mobilität, so Minister Bausch, kann nur durch die intelligente Kombination verschiedener Lösungsansätze erzielt werden.

Im Allgemeinen sei der Ausbau des Digitalen unabdingbar, um einerseits mit den Anforderungen der Arbeitswelt und der Wirtschaft – darunter auch Wachstumskriterien – Schritt halten zu können, andererseits aber auch, um Arbeit außerhalb der (städtischen) Ballungszentren zu ermöglichen: Dies würde das Verkehrsaufkommen verringern und somit die Infrastruktur entlasten, der ländliche Raum würde als attraktiver Wohnort in Betracht gezogen und auch Gewerbeansiedlungen könnten besser gesteuert werden.

“

Ein Umdenken weg vom Ausbau der Infrastruktur hin zum letztendlich angestrebten Ziel – nämlich, Menschen zu bewegen – wäre absolut notwendig, genauso wie eine umfassendere Planung der Mobilität, die grenzüberschreitend angelegt ist.

”

Wenn diese Thematiken nicht gelöst werden, könnte dies unter anderem auch die Wohnungsproblematik verschärfen, da die Menschen immer mehr den Eindruck hätten, urban wohnen zu müssen, um keinen Nachteil in Hinblick auf den Verkehr zu haben.

Ministerin Rehlinger strich hervor, dass das Saarland, das sich ja bereits eine „Frankreich-Strategie“ gegeben hat, auch eine ►



Die Teilnehmer an der Podiumsdiskussion – moderiert von Claude Kargel – waren sich einig, dass die Frage der Mobilität nicht ohne die Entwicklungen im Technologiebereich oder auch die Anforderungen und Möglichkeiten der Arbeitswelt gedacht und weiterentwickelt werden kann.

„Luxemburg-Strategie“ benötigen würde, vor allem, um negativen demographischen Entwicklungen – weniger Einwohner, Fachkräfteabwanderung nach erfolgter Ausbildung in Deutschland – begegnen sowie gegebenenfalls entgegen wirken zu können.

Die Fachkräfte betreffend wandte Minister Bausch allerdings ein, dass erstens diese Diskussion innerhalb eines Nationalstaates so nicht geführt werden würde und zweitens Fachkräfte aus allen Teilen Deutschlands, aber auch aus anderen Ländern sich aufgrund eines Arbeitsplatzes in Luxemburg in der deutschen Grenzregion ansiedeln würden, was Letzterer zugute käme.

Unstrittig war unter den Diskussions- teilnehmern, dass die Doppel Besteuerungs- abkommen ein heißes Eisen darstellen.

Auch wurde erwähnt, dass die höchstens erlaubte Anzahl an Arbeitstagen außerhalb des Großherzogtums (bevor sich Änderungen im Hinblick auf die Abgabe der Steuern ergeben) für deutsche Pendler bei aktuell 19 Tagen pro Jahr liegt, während sich diese Zahl für französische und belgische Arbeitnehmer auf 29 beziehungsweise 24 Tage beläuft. In diesem Zusammenhang wurde darauf hingewiesen, dass man nicht einseitig davon ausgehen könne, dass diese geltenden Regelungen lediglich Luxemburg zugute kämen – schließlich würde das Land, das über ein hervorragendes Sozialsystem verfügt, bereits heute 40% aller Sozialleistungen, die Grenzpendler betreffen, bezahlen. Außerdem würde kein Grenzgänger etwa in das deutsche Sozialversicherungssystem hinein optieren

wollen, da er dadurch schlechter gestellt würde als bei Entrichtung seiner Beiträge in Luxemburg.

MÜSSEN NUR WOLLEN

Einig waren sich die Konferenzteilnehmer darin, dass die Lösungsansätze nicht nur bereits auf dem Tisch liegen, sondern auch tatsächlich schon gelebt werden, dass allerdings sowohl die finanziellen Investitionen als auch die allgemeinen Anstrengungen einer konzertierten Politik im Bereich der Mobilität verstärkt werden müssten, damit man vom Lösungsansatz hin zu einer tatsächlich umgesetzten Lösung finden und sich der gewünschte Erfolg einstellen könne. Essentiell wäre nach Meinung der Politiker und Wirtschaftstreibenden auch, neu und innovativ, vor allem aber vernetzt zu denken. Das Fazit der Veranstaltung lautet, dass die Frage der Mobilität nicht ohne die Entwicklungen im Technologiebereich oder auch die Anforderungen und Möglichkeiten der Arbeitswelt gedacht und weiterentwickelt werden kann.

Den Herausforderungen im Bereich der Infrastruktur kann nur durch ein gemeinsames Vorgehen begegnet werden, andernfalls bleibt es bei Einzelprojekten und das Anliegen, die Mobilität zu verbessern, wäre nicht von Erfolg gekrönt. ●

“ Die Frage der Mobilität kann nicht ohne die Entwicklungen im Technologiebereich oder auch die Anforderungen und Möglichkeiten der Arbeitswelt gedacht und weiterentwickelt werden. ”

PRÊT À
M'ENGAGER!

PRÊTE À
L'ENGAGER!

win
win

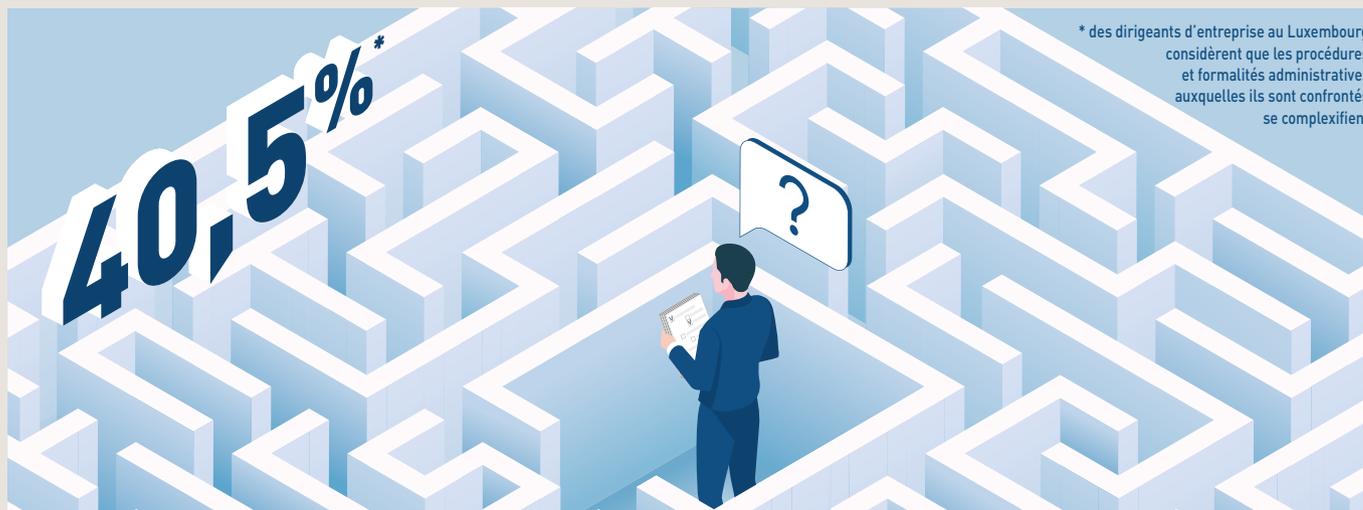
L'APPRENTISSAGE :
AVANÇONS ENSEMBLE !

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



IMPERCEPTIBLE SIMPLIFICATION ?

En 2016, le Luxembourg s'est lancé dans un programme appelé « Einfach Lëtzebuerg », dont l'objectif est de simplifier les démarches administratives des citoyens et des entreprises, tout en favorisant un dialogue plus direct avec eux. Mais qu'en est-il de la perception des entreprises ?

Illustration : Fargo

La première édition du *Baromètre de l'économie* a mis en exergue une préoccupation significative pour les entreprises, celle des procédures et formalités administratives. En effet, seuls 2 % des dirigeants d'entreprise interrogés estiment que celles-ci se sont simplifiées en 2019, tandis que 40,5 % d'entre eux les considèrent plus complexes. L'efficacité de l'administration publique constitue pourtant un critère-clé pour garantir l'attractivité et la compétitivité d'un pays au niveau international. C'est ainsi que l'*IMD World Competitiveness Ranking* prend en compte, dans son évaluation, la capacité d'un pays à ne pas entraver l'activité des entreprises en raison de lourdeurs bureaucratiques. Dans ce cadre, depuis le début des années 2000, la simplification administrative et la réduction des charges administratives sont des priorités pour le gouvernement grand-ducal. Il semblerait qu'il reste malgré tout un peu de chemin à parcourir. ●



François Koepf
Secrétaire général,
Horesca

LA SIMPLIFICATION OU LA COMPLICATION ADMINISTRATIVE ?

Depuis de nombreuses années, on annonce la simplification, mais nous constatons une nouvelle lourdeur pour notre secteur. Nos entreprises se plaignent qu'elles ne sont souvent plus à même de se conformer à l'actuelle « jungle de la réglementation ». Par exemple, lors d'un projet d'extension, il faut non seulement solliciter les autorités communales, mais aussi le ministère de l'Environnement, la gestion des eaux, voire l'Inspection du travail et des mines... Nous souhaitons que toutes ces compétences d'autorisation soient regroupées au sein d'une seule administration pour simplifier les démarches et délais. Un autre exemple de l'absurdité de certaines mesures : un hôtelier, restaurateur ou cafetier qui a un ascenseur doit souscrire un contrat d'entretien mensuel avec une société. En plus de cela, il doit faire contrôler l'ascenseur par un organisme agréé, et il doit aussi tenir un registre de sécurité qui implique un « nouveau contrôle du contrôle » ! La législation devrait davantage tenir compte des réalités des entreprises. ●



Véronique Coulon
Fondatrice et CEO,
Lux Décor Peinture

L'ADMINISTRATIF IMPRODUCTIF

J'ai créé ma société de peinture en 2002, et, dans le cadre d'activités de coaching, j'aide aussi des entrepreneurs à lancer leur société. En près de 20 ans, les choses ont évidemment évolué. La digitalisation augmente la rapidité de transmission des données aux administrations, mais l'absence de véritable guichet unique impose à l'entrepreneur une saisie par administration. Ces données sont ensuite compilées a posteriori. Par exemple, les salaires sont communiqués mensuellement au CCSS, et annuellement à l'administration fiscale. Pour continuer sur le thème des salaires, l'instabilité salariale créée par l'augmentation rétroactive des salaires minima et la révision du crédit d'impôt engendre des difficultés supplémentaires. Dans le secteur de la construction, la transmission, de plus en plus exigée, de documents d'information, avant, pendant et après chantier, sur les produits utilisés et leur mise en œuvre, constitue une véritable activité incontournable, mais improductive pour l'entreprise. ●

PRÊTE 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



SECRETS D'AFFAIRES

DÉSORMAIS MIEUX PROTÉGÉS

Une récente loi du 26 juin 2019⁽¹⁾ a introduit dans le système juridique luxembourgeois une protection spécifique aux secrets d'affaires. Cette loi, qui transpose en droit national la directive (UE) 2016/943⁽²⁾, est entrée en vigueur le 2 juillet 2019 et vient combler un vide juridique en la matière en conférant désormais une protection spécifique aux secrets d'affaires.

Texte : Affaires juridiques, Chambre de Commerce

Mais qu'entend-on exactement par secrets d'affaires ? L'article 2 de la loi du 26 juin 2019 dont il est question ici définit les secrets d'affaires comme étant : « des informations qui répondent à toutes les conditions suivantes :

1. elles sont secrètes en ce sens que, dans leur globalité ou dans la configuration et l'assemblage exacts de leurs éléments, elles ne sont pas généralement connues des personnes appartenant aux milieux qui s'occupent normalement du genre d'informations en question, ou ne leur sont pas aisément accessibles,
2. elles ont une valeur commerciale parce qu'elles sont secrètes,
3. elles ont fait l'objet, de la part de la personne qui en a le contrôle de façon licite, de dispositions raisonnables, compte tenu des circonstances, destinées à les garder secrètes ».

Ces trois conditions étant cumulatives, une information devra, pour être considérée comme constituant un secret d'affaires, (i) être secrète, (ii) avoir une valeur commerciale en raison notamment de son caractère secret et (iii) avoir fait l'objet de mesures raisonnables par le détenteur en vue d'en préserver la confidentialité.

Il convient de relever que la protection accordée à un secret d'affaires n'est, contrairement aux droits de propriété intellectuelle, aucunement limitée dans le temps. Un secret d'affaires demeurera par conséquent protégé aussi longtemps qu'il remplira les conditions précitées, et notamment tant qu'il conservera son caractère secret, ce qui constitue un atout non négligeable.

POURQUOI PROTÉGER LES SECRETS D'AFFAIRES ?

Les entreprises investissent considérablement dans l'obtention, le développement et

l'utilisation de savoir-faire et d'informations susceptibles de leur conférer un avantage concurrentiel. Ces investissements sont des facteurs déterminants de leur compétitivité et de leurs performances liées à l'innovation sur le marché, et par voie de conséquence de leur retour sur investissement.

Les secrets d'affaires comprennent notamment les savoir-faire d'une entreprise, les secrets de fabrication ou certaines informations qu'elle détient, qui sont secrètes et qui possèdent, à ce titre, une valeur commerciale.

Ces secrets d'affaires ne sont pas toujours susceptibles d'être protégés par des droits de propriété intellectuelle tels que, par exemple, un brevet. S'ils ne peuvent faire l'objet d'une telle protection, ils peuvent néanmoins avoir une grande valeur économique et être tout aussi importants pour l'innovation et la compétitivité des entreprises concernées.

La mondialisation des échanges, l'externalisation et la sous-traitance de plus en plus fréquentes, l'allongement des chaînes d'approvisionnement et de distribution ainsi que l'utilisation accrue des nouvelles technologies de l'information dans les communications ont fait augmenter le risque d'appropriation illicite de secrets d'affaires, rendant ainsi nécessaire un renforcement de la protection juridique conférée à ces secrets. L'absence d'une législation performante en matière de protection des secrets d'affaires aurait donc pu, à terme, préjudicier aux investissements dans les activités de recherche et développement au sein de l'Union européenne.

LA PROTECTION CONFÉRÉE AUX SECRETS D'AFFAIRES

La protection conférée aux secrets d'affaires n'est cependant aucunement absolue et se limite aux seuls cas d'obtention, d'utilisation et de divulgation illicites de tels

secrets. L'obtention d'un secret d'affaires sans le consentement du détenteur du secret d'affaires sera considérée comme illicite lorsqu'elle est réalisée par le biais (i) d'un accès, d'une appropriation ou d'une copie non autorisés ; ou (ii) de tout autre comportement qui, eu égard aux circonstances, est considéré comme contraire aux usages honnêtes en matière commerciale⁽³⁾.

De même, l'utilisation ou la divulgation d'un secret d'affaires sera considérée comme étant illicite lorsque (i) le secret a été obtenu de façon illicite ; ou (ii) la personne a agi en violation d'un accord de confidentialité ou de toute autre obligation de ne pas divulguer le secret d'affaires, ou (iii) la personne a agi en violation d'une obligation contractuelle ou de toute autre obligation limitant l'utilisation du secret d'affaires⁽⁴⁾.

En présence d'une obtention, d'une utilisation ou d'une divulgation illicites d'un secret d'affaires, la loi du 26 juin 2019 confère désormais aux détenteurs de tels secrets une protection assez proche de celle existant pour les droits de propriété intellectuelle. Ainsi, les détenteurs de secrets d'affaires pourront solliciter auprès du président du tribunal d'arrondissement la cessation, l'interdiction de l'utilisation ou de la divulgation du secret d'affaires à titre provisoire, ainsi que la saisie ou la remise de biens soupçonnés d'infraction⁽⁵⁾.

Consécutivement à toute demande de mesures provisoires, il conviendra de saisir le juge du fond, endéans un délai qui sera fixé par le juge statuant sur la demande de mesures provisoires, afin de voir constater définitivement l'obtention, l'utilisation ou la divulgation illicite d'un secret d'affaires. Le détenteur d'un secret d'affaires pourra dans le cadre de sa demande solliciter du juge du fond des injonctions⁽⁶⁾, des mesures correctives⁽⁷⁾, ainsi que d'éventuels dommages et intérêts pour tout préjudice subi du fait de l'infraction.

DÉROGATIONS À LA PROTECTION DES SECRETS D'AFFAIRES

La nouvelle législation prévoit expressément des cas où la protection conférée aux secrets d'affaires devra s'écarter devant un intérêt supérieur et où l'obtention, l'utilisation ou la divulgation de tels secrets seront considérées comme licites.



Ainsi, la protection des secrets d'affaires sera écartée lorsque l'utilisation ou la divulgation alléguée du secret d'affaires a eu lieu dans certaines circonstances telles que⁽⁸⁾ (i) pour exercer le droit à la liberté d'expression et d'information établi dans la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne et la Constitution, (ii) pour révéler une faute, un acte répréhensible ou une activité illégale, à condition que le défendeur ait agi dans le but de protéger l'intérêt public général; (iii) aux fins de la protection d'un intérêt légitime reconnu par le droit de l'Union européenne ou le droit national, ou bien encore (iv) lorsque le secret d'affaires est obtenu par certains moyens considérés comme licites⁽⁹⁾ (par ex. : l'observation, l'étude, le démontage ou le test d'un produit ou d'un objet mis à la disposition du public ou qui est de façon licite en possession de la personne qui obtient l'information).

VIGILANCE NÉCESSAIRE DES ENTREPRISES

Si la loi du 26 juin 2019 améliore donc considérablement la situation des détenteurs de secrets d'affaires, il est néanmoins en pratique très difficile de rapporter la preuve d'une obtention, utilisation ou divulgation illicites et de faire disparaître tous les effets négatifs d'une divulgation illicite.

Il s'avère donc primordial pour les entreprises de protéger en amont leurs secrets d'affaires par toutes mesures adéquates, telles que la mise en place systématique de clauses de confidentialité dans les contrats avec les fournisseurs, sous-traitants ou partenaires commerciaux ou la sécurisation et le contrôle des accès à l'infrastructure IT de l'entreprise, et de ne pas compter uniquement sur l'arsenal curatif mis en place par la nouvelle législation. ●

⁽¹⁾ Loi du 26 juin 2019 sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués (secrets d'affaires) contre l'obtention, l'utilisation et la divulgation illicites.

⁽²⁾ Directive (UE) 2016/943 du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2016 sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués (secrets d'affaires) contre l'obtention, l'utilisation et la divulgation illicites.

⁽³⁾ Article 4 paragraphe 1 de la loi du 26 juin 2019 sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués.

⁽⁴⁾ Article 4 paragraphe 2 de la loi du 26 juin 2019 sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués.

⁽⁵⁾ Article 7 de la loi du 26 juin 2019 sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués.

⁽⁶⁾ Par exemple: interdiction de mise d'un produit sur le marché, remise au demandeur de tout ou partie d'un document, objet, fichier qui contient ou matérialise le secret d'affaires...

⁽⁷⁾ Par exemple: rappel des biens en infraction se trouvant sur le marché, destruction des biens en infraction...

⁽⁸⁾ Article 5 de la loi du 26 juin 2019 sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués.

⁽⁹⁾ Article 3 de la loi du 26 juin 2019 sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués.

PARUTIONS

LARCIER

Intellectual Property in Luxembourg



Every company creates intellectual property but without always realising it. In today's knowledge-based economy, intellectual property is a strategic and essential asset that ensures the development and durability of a company. It is important to protect this asset. The book sets out the legal aspects and tax advantages, together with practical action points on how to implement an intellectual property strategy within a company. Readers can use it to fully optimise the management of their IP rights.

Intellectual property in Luxembourg,
Thierry Bovier, Bernard David, Pierre Kihn et
Olivier Laidebeur, 200 pages

LEGITECH

Nouvelle revue : Pincode

Legitech lance une nouvelle revue (Pincode) consacrée à la connaissance et à la compréhension du droit des technologies, de la protection des données, de la concurrence et de la propriété intellectuelle ou industrielle. Elle s'adresse aussi bien aux avocats spécialisés qu'aux avocats généralistes et aux juristes d'entreprise.

La revue sera lancée lors d'une conférence consacrée au thème « Patrimoine informationnel, know-how et secrets d'affaires des entreprises », organisée le 26 septembre à 17h, au Forum Da Vinci.

LARCIER

La médiation au Grand-Duché de Luxembourg

La médiation est un outil qui complète les dispositifs de résolution des conflits que sont l'arbitrage, la conciliation et la négociation. Au Luxembourg, son utilisation s'est accentuée dès la fin des années 90. Aujourd'hui, l'accord de coalition gouvernemental prévoit de promouvoir l'outil comme mode de résolution des conflits, même pour les instances étatiques.

La médiation au Grand-Duché de Luxembourg,
Dr Jan Kayser, 335 pages. Le livre sera présenté lors d'une conférence consacrée à la Médiation, organisée le 30 septembre à 17h 45, à la Chambre de Commerce.

PASS THE KLEENEX, PLEASE

HOW A BRAND NAME BECOMES GENERIC

When you need to blow your nose, there's a good chance you ask for a Kleenex, even if the box being handed to you doesn't bear the Kimberly-Clark-owned Kleenex logo. When you use a brand name as a generic term, you're using a proprietary eponym, or, more simply, a generic trademark. You're probably familiar with this phenomenon, but there are more examples of it than you might realize...

Text: Whitson Gordon, c.2019, *The New York Times*

You may be aware of Kleenex, Velcro and ChapStick, but what about escalator? Or dumpster? Linoleum, zipper, trampoline? All of these are (or were) trademarks of companies whose products were so successful that they came to represent an entire category. And it can actually cause quite a problem for those companies.

“Over time, a brand can be so famous and so ubiquitous that people associate that with the action.”

”

“Over time, a brand can be so famous and so ubiquitous that people associate that with the action,” said Michael N. Cohen, an intellectual property lawyer in Los Angeles. “In everyday usage, people start using that term.”

You may think nothing of it when you ask for a Band-Aid to cover a cut or scrape. But a company like Johnson & Johnson, which makes the world's most famous brand of adhesive bandages, might have reason to worry because — theoretically, anyway — that degree of easy familiarity could put it in jeopardy of losing its trademark.

“When something becomes so pervasive in everyday society as a result of its own fame, there's an argument that it no longer represents the brand, it almost represents the action,” Mr. Cohen said. “So as a result of that, in trademark law, you cannot trademark things that are descriptive or generic in nature.”

Bayer Co. v. United Drug Co. was a seminal case in which Bayer lost its trademark for Aspirin to what experts now refer to as “*genericide*.” That 1921 case set the table for the modern standard that courts currently follow: if a brand name is understood by the public to refer broadly to a category of goods and services rather than a brand's specific good or service, a company may be at risk of losing its trademark. Escalator, cellophane, and laundromat have all lost their trademark status to genericide.

There are still plenty of familiar names that hold their trademarks. Bubble Wrap is a trademark of Sealed Air, Frisbee remains a trademark of Wham-O, and Velcro is trademarked by the company of the same name. There are generic terms for all these products, but when was the last time you packed a box with inflated cushioning, tossed a flying disc or attached anything using hook-and-loop fasteners?

Some companies are fighting back against the generic use of their trademarks. For example, when you see a company using its brand as an adjective (“Use a Xerox copier”) rather than a verb (“Go Xerox this”), it is trying to prevent genericization.

Companies may also avoid using the plural form of the trademarked word (favoring “Lego bricks,” for instance, over “Legos”). They may even use a distinctive typeface to make the trademark stand out.

Other brands have taken more conspicuous approaches.

“Some big companies have engaged in advertising campaigns to let the public be aware that their name is actually a trademark,” Mr. Cohen said. “Xerox had an advertisement that was in a magazine that literally said, ‘If the trademark is misused, it could come undone... please help us ensure it doesn't.’”

“

Some companies are fighting back against the generic use of their trademarks.

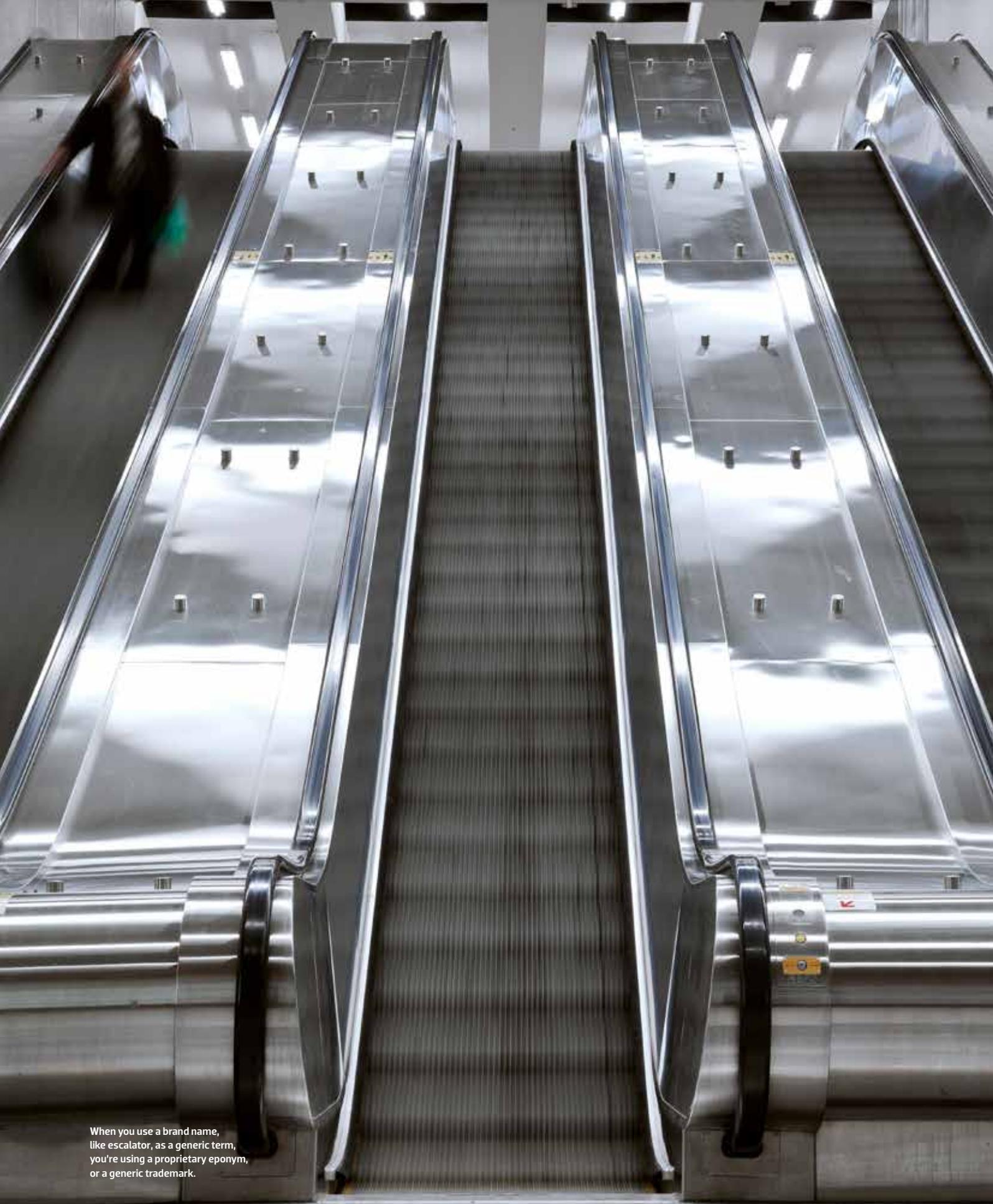
”

Xerox still has its trademark, as do Rollerblade and Clorox, both of which ran similar campaigns. Velcro even made a music video about the issue.

It's a paradox that brands with fanciful names that don't otherwise exist in common language have stronger cases when applying for a trademark. But this strength can become a weakness when it comes to protecting the trademarks against genericization.

“Some of the names that are made-up words are the ones susceptible to being genericized, because there is no other way to describe it,” Mr. Cohen said. “They became so famous, people may accidentally associate that name with the action — like Xerox.” Mr. Cohen noted that it's possible for a company to recapture a trademark if it can get consumers to associate the brand name with its specific product rather than the product category at large.

Ultimately, it's unlikely that you care about the intellectual property struggles of large corporations, and you'll probably keep saying “Kleenex” when you really just want a tissue. But those companies are fighting hard to make sure you don't. ●



When you use a brand name, like escalator, as a generic term, you're using a proprietary eponym, or a generic trademark.

Belgique Faits & chiffres



Capitale: Bruxelles

Autres villes importantes: Anvers, Gand, Liège, Courtrai, Namur

Langues d'affaires: français, flamand, allemand, anglais

Monnaie d'affaires: euro

Superficie: 30.688 km²

Population: 11.570.762 personnes (juillet 2018)

Population belge au Luxembourg: 20.200 personnes (2018)

PIB par habitant: 46.600 \$ (2017)

Classement mondial du PIB

par habitant: 35^e (2017)

Taux de croissance: 1,7 % (2017)

Taux d'inflation: 2,2 % (2017)

Taux de chômage: 7,1 % (2017)

Facilité à faire des affaires: 45^e sur 190 pays classés par la Banque mondiale (le Luxembourg est 66^e) (2018)

Exportations du Luxembourg vers la Belgique (biens):

1.545,8 millions € (2018)

Importations au Luxembourg depuis la Belgique (biens):

7.105,2 millions € (2018)

Logistics Performance Index:

4,04/5; la Belgique est 3^e sur 160 pays classés par la Banque mondiale (le Luxembourg est 24^e) (2018)

Indicateur de corruption: 75 sur une échelle de 0 (fortement corrompu) à 100 (irréprochable). La Belgique est 17^e sur 180 pays classés par Transparency International (2018)

Poids des secteurs économiques:

Services: 74,9 %

Industrie: 24,1 %

Agriculture: 1 %

Sources: Chambre de Commerce; CIA; STATEC; Transparency International; Banque mondiale; OCDE; FMI - World Economic Outlook Database

BELGIQUE

LE ROYAUME VOISIN ET COUSIN

La dynamique économie belge tire parti de l'emplacement géographique central du pays, de son réseau de transport très développé et de sa base industrielle et commerciale diversifiée. Premier pays d'importation du Grand-Duché de Luxembourg et troisième pays d'exportation, la Belgique est ainsi l'un de ses partenaires commerciaux les plus importants. Au-delà de ses bières, chocolats et gaufres dont la réputation n'est plus à faire, notre voisin recèle de nombreuses opportunités.

Texte: Affaires internationales, Chambre de Commerce

Premier pays à avoir connu une révolution industrielle sur le continent européen au début du 19^e siècle, la Belgique a développé d'excellentes infrastructures de transport (ports, canaux, voies ferrées et autoroutes) pour intégrer son industrie à celle de ses voisins. L'industrie est principalement concentrée dans le nord du pays, en Flandre, autour de Bruxelles et dans les deux plus grandes villes wallonnes, Liège et Charleroi, le long du sillon industriel. La Belgique importe des matières premières et des produits semi-finis qui sont ensuite transformés et réexportés. À l'exception du charbon, qui n'est plus rentable, elle dispose de peu de ressources naturelles autres que des sols fertiles. Néanmoins, la plupart des secteurs industriels traditionnels sont représentés dans l'économie, notamment l'acier, les textiles, le raffinage, les produits chimiques, le traitement des produits alimentaires, les produits pharmaceutiques, l'automobile, l'électronique et la fabrication de machines. Malgré la composante industrielle importante, les services représentent 74,9 % du PIB, tandis que l'agriculture ne représente plus qu'1 %.

Avec un total des exportations équivalant à plus de deux tiers du PNB, la Belgique est fortement tributaire du commerce mondial. Les avantages commerciaux du pays découlent de sa situation géographique centrale et de sa main-d'œuvre hautement qualifiée, multilingue et productive. La Belgique, en tant que membre fondateur de la Communauté européenne, soutient fermement le renforcement des pouvoirs de l'Union européenne pour intégrer davantage les économies qui la composent. En règle générale, les autorités belges sont antiprotectionnistes et s'efforcent de maintenir un climat commercial et d'investissement accueillant et ouvert. Environ 80 % des échanges commerciaux se font avec d'autres États membres de l'UE, dont le Luxembourg, pour cause de proximité géographique notamment.

En 2018, le volume total des exportations vers ce marché voisin est de 7,1 milliards d'euros, soit

presque un tiers du volume total des importations luxembourgeoises. Les importations de la Belgique en provenance du Luxembourg se chiffrent à 1,5 milliard d'euros. Les métaux communs constituent la première catégorie de produits importés depuis le Luxembourg, suivis du matériel de transport et des matières plastiques. Dans le commerce des services, les exportations de services luxembourgeois vers la Belgique s'élèvent à 5 milliards d'euros, dont la moitié en services financiers.

SPÉCIFICITÉS ATYPIQUES

La Belgique est un État fédéral aux structures inédites qui se compose, d'une part, de trois « régions » : la Wallonie, la Flandre et Bruxelles-Capitale; et, d'autre part, de trois « communautés » : flamande, française et germanophone. Les régions disposent d'une autonomie étendue, en particulier dans le domaine de l'économie. Alors que la Flandre a réussi à développer la deuxième plus grande industrie pétrochimique au monde et accueille un nombre croissant de fintech, la Wallonie se concentre sur le secteur pharmaceutique, l'espace et la défense. Bruxelles se distingue dans les domaines des télécommunications, du développement de logiciels et des écotechnologies.

Il est à noter que l'organisation politique décentralisée et multipolaire de la Belgique, avec différents niveaux de gouvernement, rend parfois délicate la question de savoir à qui s'adresser. Ce sera le cas, par exemple, pour le secteur de l'énergie. En cas de doute, les entreprises peuvent demander conseil auprès de différentes structures (voir contacts utiles).

Dans les relations d'affaires, il sera bienvenu de parler anglais du fait du contexte multilingue de la Belgique. La ponctualité peut varier suivant la communauté, les Flamands y étant généralement plus sensibles que les Wallons. Le style de management est aussi assez différent d'une communauté à l'autre, les Wallons privilégiant un modèle hiérarchique classique, quand les Flamands travaillent



Le port d'Anvers est le deuxième port européen et constitue une des portes d'entrée commerciales de l'Europe.

plus souvent en mode participatif et égalitaire. Les Belges dans leur ensemble sont généralement pragmatiques et directs, et sont également réputés pour leur capacité à faire des compromis.

Au-delà d'une histoire commune, les relations entre le Grand-Duché et la Belgique ont toujours été nombreuses et multiples, culminant en 1921 avec la naissance de l'Union économique belgo-luxembourgeoise (UEBL), et plus tard au sein du Benelux, de l'Union européenne et de la Grande Région. Les deux pays sont fiers d'être des membres fondateurs des Nations unies, de l'Union européenne, et de l'OTAN notamment. Selon les chiffres du Stavec, la communauté belge établie au Grand-Duché compte 20.200 ressortissants, auxquels s'ajoutent quelque 45.000 travailleurs frontaliers qui font quotidiennement la navette entre la Belgique et le Grand-Duché. Ainsi, nos communautés d'affaires sont étroitement liées. Les liens sont également très étroits entre les deux familles royales. ●

Business Club Belgium-Luxembourg

En novembre 2017, la Chambre de Commerce et l'Ambassadeur du Luxembourg à Bruxelles ont lancé le Business Club Belgium-Luxembourg (BCBL) en vue de promouvoir les relations commerciales entre les deux pays. Le BCBL compte actuellement une cinquantaine d'entreprises membres, de secteurs variés : construction, banque, industrie,

télécom et énergie. Connecter les entreprises des deux pays, favoriser les échanges, créer des opportunités d'affaires, contribuer à détecter des complémentarités, telles sont les missions du Business Club Belgium-Luxembourg.

Plus d'informations : www.bcbl.be

Contacts utiles

Chambre de Commerce du Luxembourg Bureau à Bruxelles

Contact : Belgique et Business Club Belgium-Luxembourg
Mme Claudine Otto
Tél. : +32 2 737 57 34
E-mail : Belgium@cc.lu

Ambassadeur du Luxembourg à Bruxelles

Ambassadeur : S.E. Mme Arlette Conzemius
Tél. : +32 2 737 57 00
E-mail : bruxelles.amb@mae.etat.lu

Consulats honoraires Province d'Anvers

Tél. : +32 32 02 09 20
E-mail : mail@noesen.be

Province de Flandre occidentale

Tél. : +32 59 70 09 12
E-mail : frank.deceuninck@defiac.be

Flandre-Orientale

Tél. : +32 92 79 82 78
E-mail : paul.verstraeten4@telenet.be

Province de Liège

Tél. / Fax : +32 43 72 02 51
E-mail : rdondelinger@chu.ulg.ac.be

Province de Namur

Tél. : +32 42 59 90 00
E-mail : depitteurs.elisabeth@belgacom.net

Agenda

Le roi et la reine des Belges effectueront une visite d'État au Grand-Duché du 15 au 17 octobre prochains. Une série d'événements et de conférences économiques seront organisés à cette occasion. Plus d'informations : www.cc.lu



INTERVIEW

ELFY PINS

Founder and CEO,
Supermiro + Helloboss

“
Nous avons déjà travaillé les aspects multiculturels et plurilingues. Nous étions donc prêts pour aborder la Belgique
”

Quelles sont vos relations commerciales avec la Belgique ?

« En 2018, nous avons décidé d'étendre le service Supermiro (application qui recense les événements et activités d'un lieu donné, ndr) à la Belgique. Après quelques mois de mise en place et de tests, nous avons commencé à communiquer auprès du public en janvier 2019 pour annoncer notre arrivée à Bruxelles. C'est exactement la même plate-forme que celle du Luxembourg, que nous avons étendue à la Belgique. Elle est désormais capable de proposer des contenus (sorties, restaurants, bars, activités diverses...) de Luxembourg à Bruxelles, en passant par le Luxembourg belge.

Quelles opportunités ce marché présente-t-il pour vous ?

« Nous développer en Belgique nous permet d'atteindre un nouveau seuil. Nous avons investi beaucoup dans notre technologie et rester sur le seul marché luxembourgeois reviendrait à sous-utiliser la puissance de notre outil. La partie technique reste au Luxembourg et ne doit pas être dupliquée en Belgique. C'est la force de notre technologie qui permet de rendre les choses 'scalable'. Par ailleurs, nous avons déjà travaillé les aspects multiculturels et plurilingues pour le Luxembourg. Nous étions donc prêts pour aborder la Belgique, qui connaît un contexte similaire. Il s'agit donc d'une bonne synergie, qui produit des économies d'échelle.

Quels risques ou difficultés rencontrez-vous ?

« Même si nous savions comment traiter la problématique du plurilinguisme, le néerlandais ne faisait pas partie des langues de Supermiro. Or nous avons rapidement compris qu'il n'était pas question d'aborder Bruxelles sans cette langue. Il a fallu que nous la développions en moins de deux mois. Nous avons appris également ce que cela signifie de travailler avec un marché beaucoup plus grand que le Luxembourg et d'adapter nos process en conséquence. Rien qu'à Bruxelles-Capitale, il y a 1,2 million d'habitants. La pénétration s'y fait donc plus lentement qu'au Luxembourg et nécessite plus de moyens.

Quels conseils donneriez-vous aux entreprises qui voudraient travailler avec ce pays ?

« Comme au Luxembourg, le bouche-à-oreille fonctionne très bien en Belgique, mais il faut identifier les bons relais, les bons partenariats. Je pense que le développement peut alors être rapide. Il faut donc prendre le temps d'aller sur place régulièrement pour connaître le marché de l'intérieur et nouer les bons contacts. »

INTERVIEW

ZEV SIEGL

“STARBUCKS DID HAVE A DISTINCTIVE CULTURE. WE WERE PASSIONATELY CUSTOMER ORIENTED”

With nearly 30,000 stores across 78 countries, USD 25 billion in revenue, and employing just short of 300,000 people worldwide (data from end 2018), Starbucks is a true global empire and today has become one of the most memorable brands in the world. So much so that it's hard to imagine it first was a startup. This coming 9 October, the House of Entrepreneurship has invited Zev Siegl, one of the three co-founders of Starbucks, as a keynote speaker at the Entrepreneurs' Days to share his own personal experiences as an entrepreneur, including key insights into company culture. Merkur jumped at the chance to ask him a few questions.

Text: Hannah Ekberg / Corinne Briault

Starbucks started by selling roasted coffee beans, not cups of brewed coffee, and was inspired by and modelled on Alfred Peet's San Francisco-based coffee bean business, which he started in 1966 to bring good coffee to San Francisco (Mr Peet himself was originally from the Netherlands, a fellow Benelux country!). Mr Peet was also your mentor, Zev. Do you think it is important to have a mentor?

“The right mentor has already been where you are going and can validate what you're doing correctly. He or she can also call your attention to distractions, detours, and bumps that plague entrepreneurs. Mr Peet did that for us during the early 70s. That's why I am so committed to guiding first-time entrepreneurs today.

What would you say was the best piece of advice you received in your early entrepreneurial days?

“Mr Peet strongly advised us to make no compromise on quality and never to offer discounts on the 20 varieties of coffee we roasted and sold. Very good advice for a gourmet coffee company!

What were the biggest challenges you faced?

“First, during Starbucks' startup, we were undercapitalised during our first 18 months.

Second, our coffee knowledge was insufficient. And we were first-time entrepreneurs. Fortunately, we were able to deal with all three of these challenges.

Can you tell us about the process of expanding from a gourmet coffee bean business to coffeehouses?

“This happened in the mid 80s and the primary driver was Howard Schultz. The founders had decided to sell coffee beans to coffee bars in Seattle. Mr Schultz became VP Sales & Marketing in the early 80s. He urged the founders to open Starbucks coffee bars. The founders instead chose to enable Mr Schultz to open coffee bars in Seattle under a new brand, Il Giornale. He did that. Later, after Mr Shultz acquired Starbucks, the Il Giornale locations were rebranded and became part of the company. The rest is history.

“

The basic requirement is recognising that a company will be more successful if the leader fully recognises that other people in the organisation have skills that the leader does not have.

”

Starbucks is now a household name around the world. What most people don't know is that the name was (accidentally) inspired by a character in Herman Melville's seminal novel Moby Dick, which seems to demonstrate an excellent example of teamwork given that you and your two fellow co-founders initially were, respectively, a history teacher, a Boeing employee (Jerry Baldwin), and a journalist (Gordon Bowker). Can you tell us about the Starbucks' naming process?

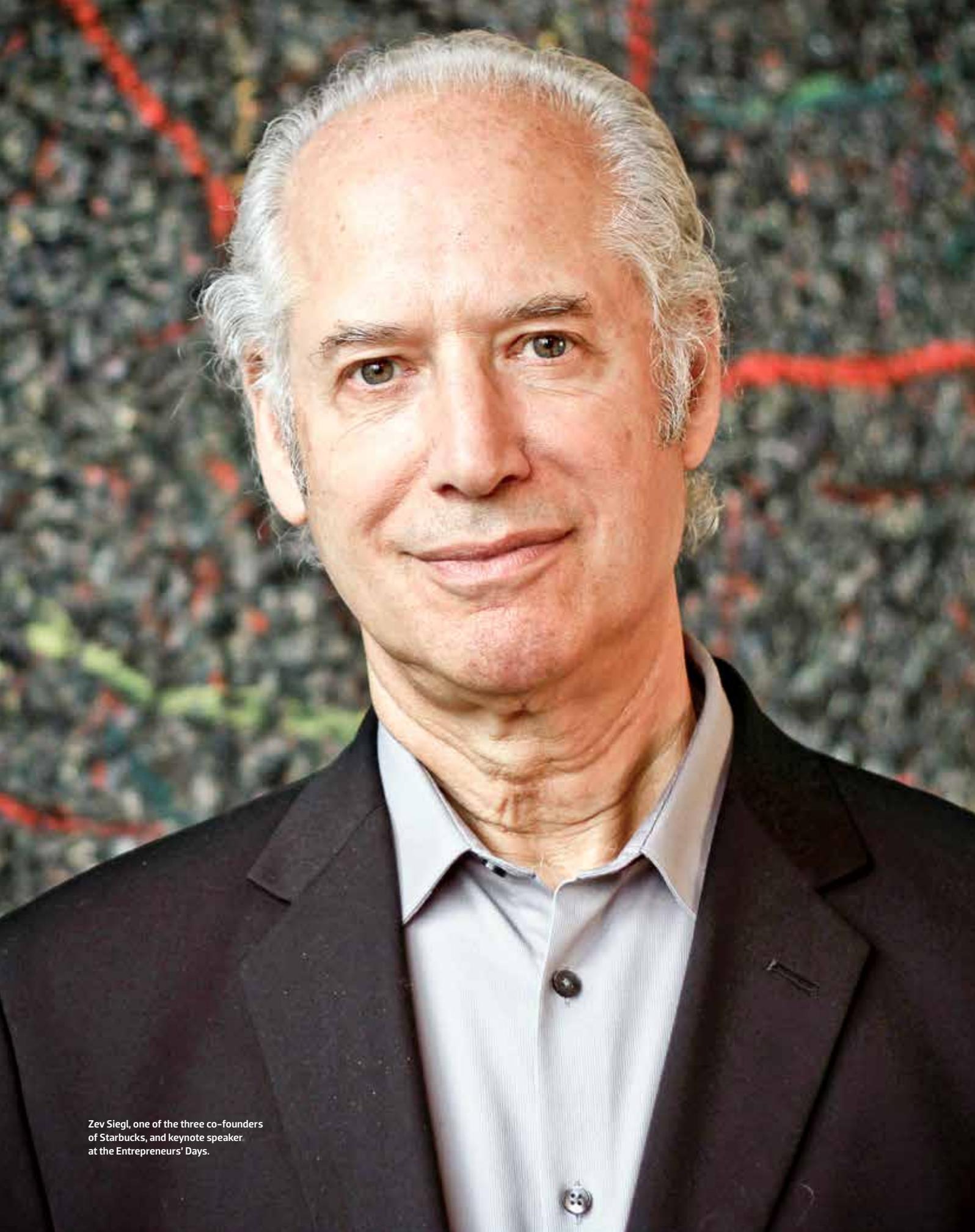
“Each entrepreneur names their company using the same process that we did. You make a very long list of names that qualify for consideration. Gradually, you delete names for one reason or another and, eventually, there is one name left. That is how we named Starbucks. I wish we still had that list of names!

In *Romeo and Juliet*, Shakespeare wrote, “What's in a name? That which we call a rose by any other name would smell as sweet.” In terms of naming a business, how do you think the name “Starbucks” impacted the business in concrete terms?

“Gordon Bowker, the partner who managed naming and market positioning, today believes that, in choosing ‘Starbucks’ as the name for our company, we chose a perfect name: it's perceived as having historic roots. It's easy to pronounce in all languages. And it's easy to spell.

You are one of the three co-founders of Starbucks. What did each co-founder bring to Starbucks, and how did you choose your first employees?

“Each of us had different skills. Jerry Baldwin became an excellent financial and organisational leader. Gordon Bowker did fabulous work in positioning Starbucks; ▶



Zev Siegl, one of the three co-founders of Starbucks, and keynote speaker at the Entrepreneurs' Days.

With nearly 30,000 stores across 78 countries, USD 25 billion in revenue, and employing just short of 300,000 people worldwide (data from end 2018), Starbucks is a true global empire.

his work created a solid foundation for the world-class Starbucks' marketing today. I had enough entrepreneurial spirit for 10 people. I established our original retail presence in Seattle, trained our core group of employees, and identified and leased our first group of store locations.

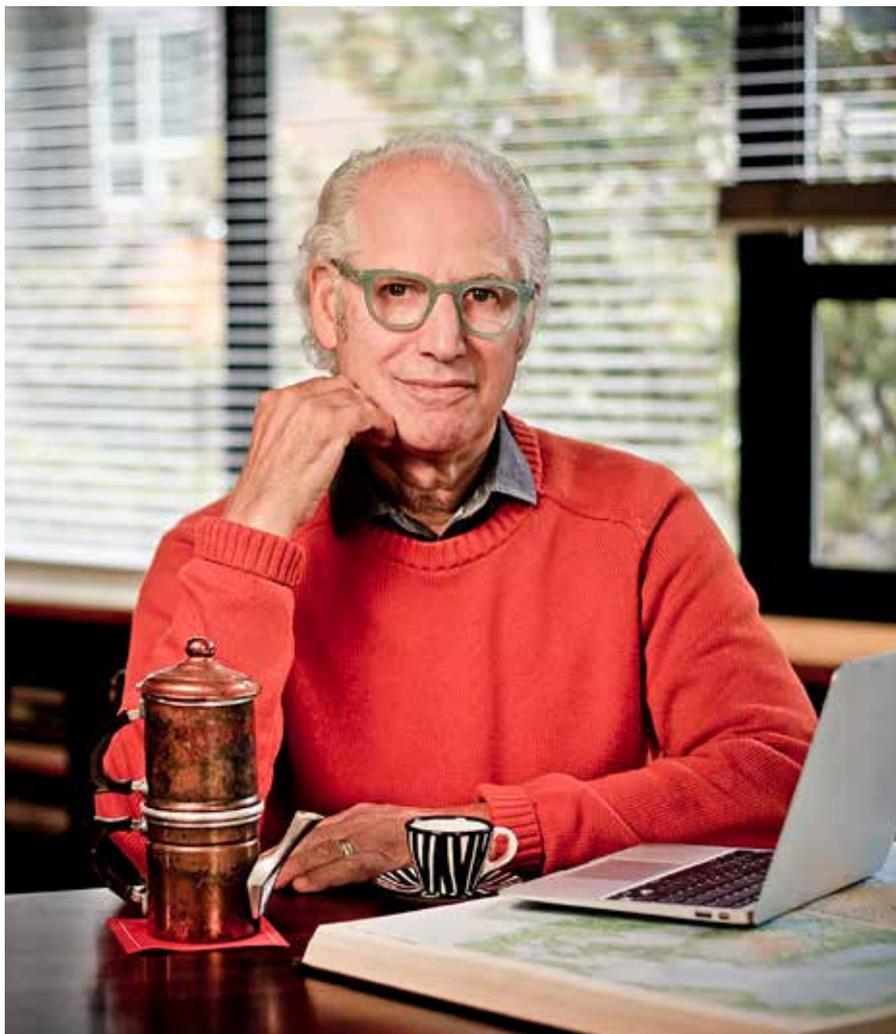
We had an instinct for hiring the right people and it helped that the three partners collaborated on hiring decisions. During our first year in business, we recruited three outstanding people to join the management team: Jim Reynolds, Jean Mach, and Frema Nadelson. Each made a legendary contribution and stayed for more than five years.

You are passionate about entrepreneurship and often help and empower the next generation of entrepreneurs - around the world. What would you recommend to them?

“Do the numbers! It is critically important that a first-time entrepreneur has (or develops, or recruits) financial management skills. Jerry Baldwin did that for Starbucks. Without him, the company would have vanished in just a few years. Startups that have financial skills are loved by investors and lenders. That capability enables their young companies to survive.

From small businesses to large corporations, every business has a company culture that reflects the values of the organisation or business. Did Starbucks have a distinctive company culture from the very beginning? What was that, what role did it play in the business, and how do you feel it impacted the business in the long term?

“Starbucks did have a distinctive culture. We were passionately customer oriented. All of us, more than 150 people, focused first on building relationships with Seattle's coffee drinkers so we would be able to educate them about the difference between commercial-grade coffee and the high-quality fresh-roasted coffee we began offer-



ing in 1971. Our culture centred on educating potential customers.

How can we get leaders to really care about employee engagement?

“The basic requirement is recognising that a company will be more successful if the leader fully recognises that other people in the organisation have skills that the leader does not have. That is the *ursprung* of employee engagement. Jerry, Gordon and I genuinely admired the people who worked for us and we appreciated their contributions.

During your career that has spanned more than 40 years, what are you most proud of?

“There are two things that I'm the most proud of. #1 is the positive impact that I have had (and continue to have) on hundreds of

first-time entrepreneurs all over the world. #2 is the foundation that my partners and I built during the 1980s for Starbucks. It took us a decade to build that foundation. Then, it took another 35 years for the company to become truly global.

After 10 years, you left Starbucks, sold your interest in the company, and started other businesses. What do you think of Starbucks today?

“I feel about Starbucks today the way I am sure Bill Gates Sr. feels about his son, Bill Gates Jr. I'm proud, impressed, and happy. Not only is Starbucks a financial success, but it also is a positive force to the communities where it operates, to its employees in 78 countries, and to its millions of customers. It does these three things on a gigantic scale: Starbucks now does almost 100 million transactions every week. ●

Envie de devenir le **Number ONE** ?



Découvrez les offres **Editus ONE** :



Soyez visible partout



Améliorez votre référencement



Obtenez plus de contacts



Gérez vos avis



Gagnez du temps

Pour en savoir plus, rendez-vous sur

WWW.PARTENAIRE-MARKETING.LU

ou par téléphone au 49 60 51 1



VIVIEN MULLER

L'ÉMOTION À FLEUR DE POT

Hébergée au Technoport d'Esch-sur-Alzette, Mu Design a été fondée en 2015 par Vivien Muller, designer industriel. La startup luxembourgeoise développe des petits compagnons fonctionnels et connectés, inspirés de l'emotive tech, à l'intérieur desquels cohabitent émotions et technologie pour interagir avec l'utilisateur.

Texte : Marie-Hélène Trouilleux

Photos : Matthieu Freund-Priacel / Primatt Photography

Comment avez-vous eu l'idée de créer ces objets connectés ?

« J'ai une formation de designer industriel et j'ai fait le constat que les objets connectés étaient de plus en plus nombreux dans notre quotidien. Mais rares étaient ceux qui savaient créer un lien émotionnel avec les usagers. C'est de ce constat qu'est née ma société. Mu Design propose des objets ludiques, aptes à établir une relation personnalisée avec l'utilisateur.

Quelle histoire se cache derrière Ulo, la petite chouette qui vous a révélé ?

« Ulo est ma troisième création. À la fin de mes études, j'ai travaillé en tant qu'architecte d'intérieur pendant près de neuf ans, avant de lancer un premier produit en 2008, bien avant la création de ma société. Il s'agissait d'Electree, un bonsaï artificiel de 40 centimètres de haut et comportant 42 petits panneaux photovoltaïques destinés à recharger un portable. J'ai lancé une campagne de *crowdfunding* pour financer la fabrication de 300 bonsaïs, avant de confier la production de cet objet à une usine en Chine. Malheureusement, j'ai été confronté à d'importants problèmes de qualité et Electree n'a jamais pu être commercialisé. Il m'a fallu du temps pour me remettre de cette défaite. En juillet 2015, j'ai créé WatchMe, une borne de recharge en forme de monstre pour Apple Watch. Le produit a séduit beaucoup d'internautes, mais il a été imaginé à une époque où trop peu de personnes disposaient d'une montre connectée. J'étais un peu en avance sur mon temps. De ce fait, la campagne de financement participatif pour ce deuxième projet n'a pas atteint ses objectifs... Fin 2015, l'idée d'un troisième objet m'est venue au détour d'une visite à Dijon en France. Une sculpture de chouette

vue chez un antiquaire a été la révélation. J'ai eu l'idée de placer deux écrans intégrant des capteurs d'images à la place des yeux pour créer une caméra connectée par laquelle l'appareil établit un contact visuel avec son environnement. Lorsqu'elle est en mode surveillance, la caméra envoie des alertes avec un extrait vidéo dès qu'elle détecte une activité. Il est possible de visionner la vidéo en direct depuis son smartphone. Le concept a

“
Avec Lua, l'idée inspirée de l'*emotive tech* est de transformer une plante en 'animal de compagnie'.

”
tout de suite plu. Alors que l'objectif était de 200.000 euros, j'ai récolté plus de 1,6 million d'euros auprès de 8.330 contributeurs lors de la campagne de financement participatif pour Ulo ! En tant qu'architecte d'intérieur indépendant résidant à Metz, je n'avais pas la structure pour gérer un tel montant. Je me suis fait conseiller avant d'être orienté vers le Luxembourg pour créer une société le plus rapidement possible. C'est ainsi que Mu Design a vu le jour en décembre 2015.

A-t-il été facile de commercialiser Ulo, après la réussite de cette campagne de financement participatif ?

« La fabrication d'Ulo ne s'est pas faite sans difficulté et remise en cause. J'avais un an pour développer concrètement Ulo et la livrer

aux premiers utilisateurs. Dans un premier temps, je me suis adressé à un sous-traitant en France. Mais la BOM (*Bill of Materials, ndr*) était supérieure au prix de vente. En d'autres termes, quand vous aviez regroupé l'ensemble des composants nécessaires à la fabrication du produit, la facture était plus élevée que le prix que vous pouviez en retirer à la vente. Sans compter le prix à payer pour l'assemblage – Ulo se compose d'une centaine d'éléments qui interagissent entre eux – le moule pour produire les pièces, l'outillage pour les cartes électroniques, la main-d'œuvre, les tests en fin de chaîne et les certifications à mener en parallèle pour pouvoir écouler le produit dans les différents pays en respectant les réglementations... J'ai perdu six mois avant de trouver un autre prestataire en Inde, partageant une même exigence de qualité et parlant anglais. J'ai également reçu une proposition d'aide sur une partie du développement *hardware*. Nous avons signé un accord de partenariat et malgré quelques problèmes de délais, 13.500 exemplaires d'Ulo ont pu être vendus au prix de 199 euros, pour un tiers en Europe, un autre tiers sur le marché américain et le dernier tiers dans le reste du monde. À ce jour, Ulo a été livrée dans 96 pays. Grâce à la campagne de financement et à la commercialisation des premiers produits, Ulo a gagné en notoriété et reçu près de 2.000 demandes émanant de boutiques de design ou de gros revendeurs, prêts à assurer la distribution du produit. Aujourd'hui, Ulo est distribuée partout dans le monde avec succès auprès d'enseignes telles que Boulanger, Auchan, Fnac, Darty, Costco ou encore Walmart.

Avez-vous d'autres projets en cours de développement ?

« Nous venons de lever des fonds pour financer un nouveau produit, Lua. Il s'agit d'un pot de fleurs connecté qui utilise les technologies de l'*emotive tech*, est de transformer une plante en 'animal de compagnie'. Après treize mois de développement, le prototype de Lua fonctionne à merveille et son mode d'utilisation est très convivial. Une fois connectée, Lua permet de rechercher le nom de votre plante parmi 7.000 espèces ou de sélectionner une famille de plantes (cactées, à fleurs, arbustives, etc.). ▶

Vivien Muller, fondateur de Mu Design, a fait de son chien Maki, un Shiba Inu originaire du Japon, la mascotte de sa société.



« Comme pour un Tamagotchi, vous prenez soin de votre plante qui devient en quelque sorte votre animal de compagnie. »



Puis il suffit de scanner un QR code avec votre smartphone pour activer la configuration, qui détermine les critères de bien-être de la plante. L'application fonctionne en anglais et en français. Notre nouvelle campagne de financement participatif s'est terminée le 3 août 2019. Nous avons dépassé notre objectif de réunir 30.000 euros et terminé avec un montant de 109.969 euros pour 860 contributeurs. Par ailleurs, nous cherchons à lever des fonds pour 1 million d'euros auprès d'investisseurs. Nous sommes très heureux de pouvoir lancer la production des 1.200 pots Lua prévus avec les mêmes partenaires que pour Ulo. La livraison est programmée pour décembre 2019. En parallèle, nous préparons Ulo 2 avec une interface simplifiée, pour un lancement fin 2020. Côté médias sociaux, nous totalisons 65 millions de vues pour Ulo et 10 millions pour Lua, rien que sur Facebook. Nous avons également comptabilisé 9 millions de vues pour Bearbot, un petit ours tout rond et ludique, capable de reconnaître vos gestes et de les convertir en commandes pour tous vos appareils. Bearbot est encore au stade de prototype, mais suscite déjà beaucoup d'intérêt. Les médias sociaux dans leur ensemble (Facebook, Pinterest,

Instagram, Twitter, LinkedIn, Google+, Youtube...) ont joué un rôle décisif dans nos campagnes de financement.

Ne craignez-vous pas que vos produits soient copiés ?

« Plusieurs tentatives de copies ont échoué. Nos produits ont fait l'objet d'un dépôt de marque et d'un dépôt de modèle. De plus, les fonds récoltés seront investis en partie dans l'amélioration des produits existants. La recherche et développement (R&D) est primordiale pour maintenir notre gamme de produits au niveau des exigences du marché. L'innovation et la qualité sont les seuls moyens de lutter contre la copie et la concurrence et de nous permettre de nous développer.

Avez-vous reçu des aides ou participé à des concours qui vous ont aidé dans votre développement ?

« Nous avons reçu une aide de 2.500 euros de l'ODL - Luxembourg Export Credit Agency, pour financer un stand à l'international. Nous avons également participé à plusieurs événements dédiés aux startups et à l'innovation, comme la Startup World Cup, l'Arch Summit, l'ICT Spring, Pitch Your Startup ou

encore EBN Congress. En mai 2018, nous avons remporté le prix du meilleur pitch lors des concours Startup World Cup et Pitch Your Startup. Ces victoires nous ont conféré une belle visibilité. Nous avons aussi remporté le prix Uncle Sam de Luxfactory, et nous avons eu la chance d'avoir un stand sur le Luxembourg Village du CES (Consumer Electronics Show) qui s'est tenu début janvier 2019 à Las Vegas. Ce prix a été une excellente opportunité pour l'entreprise.

Comment voyez-vous Mu Design évoluer ?

« Nous souhaitons étendre nos produits IoT (Internet of Things ou Internet des objets) à la robotique. Le marché de l'IoT ne cesse de se développer et le taux d'adoption de la robotique s'inscrit dans une dynamique de croissance, avec des robots toujours plus intelligents et mobiles. Aujourd'hui, la robotique coûte encore trop cher, notamment les composants électroniques. Mais l'accroissement de la demande, en particulier pour les applications grand public, devrait contribuer à faire baisser les prix. Je l'espère, car Mu Design fourmille d'idées pour l'avenir. » ●

www.mu-design.lu

15>25
OCTOBER
2019

CYBERSECURITY week

LU EMBOURG

LET'S MAKE IT HAPPEN

Discover what Luxembourg has
to offer to make your business:

- ✓ DIGITAL
- ✓ SECURE
- ✓ RESILIENT

BE PART OF IT
cybersecurityweek.lu

Main sponsors



openfield[®]
DECIDE WITH CONFIDENCE

 **telindus**


pwc

Institutional Partners

 **LUXINNOVATION**
TRUSTED PARTNER FOR BUSINESS

 European
Commission
Representation in Luxembourg

 CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

Under the high patronage of



THE GOVERNMENT
OF THE GRAND DUCHY OF LUXEMBOURG
Ministry of the Economy

In the frame of



Powered by

**SECURITY
MADEIN.LU**



@LuxSecurityWeek | #LuxSecurityWeek



#LuxSecurityWeek



info@cybersecurityweek.lu

SÉBASTIEN BERTHELOT

LES ENTREPRISES EMPORTÉES PAR LE COURANT

En mars 2018, la première entreprise de mobilité multimodale partagée voit le jour sur le sol luxembourgeois. Créée par Sébastien Berthelot, la jeune startup répondant au nom de Moovee réinvente la mobilité des entreprises au bénéfice des employés. En partenariat avec plusieurs acteurs comme ALD Automotive pour le leasing automobile, Moovee a rapidement su convaincre ses premiers clients.

Texte : Marie-Hélène Trouilleux

Photos : Matthieu Freund-Priacel / Primatt Photography

Comment vous est venue l'idée de créer Moovee ?

« Après des études d'informatique à Nancy, j'ai créé plusieurs sociétés avec des activités très différentes, allant des ressources humaines aux panneaux photovoltaïques pour des éclairages publics solaires. J'ai revendu cette dernière structure avant de me lancer dans l'importation de voitures anciennes, des Porsche notamment. J'ai découvert le Luxembourg lors de mon premier entretien pour un poste de développeur d'applications. C'était il y a vingt ans... La qualité de vie de ce pays et sa situation géographique idéale m'ont tout de suite plu.

J'ai fondé Moovee pour faire changer les comportements et les usages. Il y a deux ans, j'ai emprunté une voiture électrique pendant quatre jours et j'ai été conquis par cette voiture, une Renault Zoe. Avec un ami, nous avons décidé d'acheter un stock de Zoe et de les prêter à l'essai à plusieurs personnes. Nous étions désireux de trouver une alternative à la voiture de fonction et d'agir pour une mobilité responsable et durable, grâce à une offre de véhicules électriques pour une conduite propre. Les essais ont été concluants, mais la voiture n'était pas le seul moyen de transport à promouvoir, et surtout pas en usage individuel. D'où le concept de partage, pour lequel nous avons eu notre premier client début 2018, et la création de Moovee.

Comment s'est déroulé le développement de Moovee et quels services proposez-vous ?

« Moovee se positionne comme le seul opérateur de mobilité multimodale en Europe.

Selon nos directives, nous avons mis au point, avec l'aide de développeurs informatiques, une plate-forme de réservation en ligne. Nous travaillons avec une société de leasing, ALD Automotive, le leader local sur le marché du leasing opérationnel, tandis que notre startup est active dans les solutions MaaS (Mobility as a Service). Les véhicules sont loués, mais nous opérons l'ensemble de la flotte. Nous créons un point de contact unique pour le client qui souscrit à une offre de mobilité, dans laquelle nous intégrons une large gamme de services, et nous nous chargeons des formations en entreprise. Nous mettons ainsi à disposition des entreprises une flotte multimodale comprenant voitures, camionnettes, bicyclettes, scooters et trottinettes, mais aussi des bornes de charge, un logiciel de gestion, une maintenance quotidienne et, si souhaité, un marquage publicitaire sur les véhicules. Grâce à un kit d'autopartage, les véhicules sont ouverts à l'aide d'un simple badge ou d'un téléphone portable. Les utilisateurs peuvent vérifier en ligne la disponibilité des véhicules et les réserver en un seul clic, sans passer par un tiers. Une fonction de covoiturage accessible via l'application encourage également les employés à partager les trajets. Notre offre permet aux entreprises de se libérer de toutes les charges comme l'entretien, la gestion des clés et du planning de réservations ou encore la gestion des dégâts. Nous proposons des contrats de services d'une durée minimum de trois mois, pouvant aller jusqu'à neuf ou douze mois en fonction des services et véhicules à financer. 30 % de la flotte est électrique. Le reste de la flotte se compose de véhicules à

essence pour arbitrer les frais. L'électrique reste plus cher, encore aujourd'hui, mais grâce aux nouvelles aides étatiques, l'offre devient plus intéressante. Pour vous donner un ordre de prix, pour cinq voitures, cinq vélos et cinq trottinettes, nous facturons 4.500 euros par mois, services compris.

En décembre 2018, nous avons racheté une entreprise luxembourgeoise de nettoyage à la vapeur et créé Moovee Clean. Grâce à cette acquisition, nous pouvons nous déplacer dans les parkings, nous nettoyons les voitures sur place, avec seulement six litres d'eau en moyenne et aucun produit chimique. Ce service s'adresse tant aux sociétés qu'aux particuliers. Le contrôle du niveau de liquide lave-glace, la vérification de la pression des pneus, etc., sont compris dans le forfait.

Qui sont vos clients cibles et comment démarchez-vous les entreprises ?

« Nos services visent les personnes qui ont des besoins ponctuels et qui peuvent se rendre sur leur lieu de travail grâce aux transports en commun. Donc plutôt des personnes urbaines et les moins de 35 ans, plus enclins à changer leurs habitudes. Certaines entreprises ouvrent l'offre de location de véhicules pour le week-end, d'autres uniquement pendant les jours ouvrés. En cas d'usage privé d'une voiture, les usagers paient en ligne et la plate-forme reverse automatiquement le montant dû à l'entreprise. Nous formons les usagers selon le principe 'sharing is caring' pour les inciter à prendre soin des véhicules et des autres usagers, à ne rien laisser traîner dans la voiture lors de la restitution, à rendre le véhicule à temps, etc.

Notre partenariat avec ALD Automotive, leader sur le marché du leasing automobile au Luxembourg, ainsi que la qualité de nos services, ont rassuré plusieurs entreprises devenues clientes comme l'Université du Luxembourg, Deloitte, Arendt & Medernach, la Bourse de Luxembourg, Tralux Construction...

Plus récemment, nous avons été démarchés pour donner des formations sur la mobilité, en partenariat avec l'Automobile Club. Nous nous adressons à des gestionnaires de flotte, à des responsables des ressources humaines qui souhaitent proposer un service différent et trouver des ►



moovee
drive different

Créée en mars 2018 par Sébastien Berthelot,
Moovee se positionne aujourd'hui comme un acteur
incontournable dans le paysage de la mobilité.



La jeune startup luxembourgeoise propose des tarifs compétitifs et accompagne les entreprises dans la mise en œuvre de ses solutions.

avantages pour retenir les collaborateurs, et à des personnes en charge des services généraux, pour lesquelles la réduction du nombre de places de parking et la solution des problèmes de stationnement au sein de l'entreprise sont primordiales. Généralement, notre message suscite un intérêt auprès des participants. Ce sont autant de prospects susceptibles de devenir clients !

“
Les mentalités changent et aucun secteur ne peut échapper aux évolutions induites par l'économie du partage.

”

Comment voyez-vous Moovee évoluer ?

« Nous apportons des solutions concrètes qui répondent à la réduction des emplacements de parking en entreprise, pour privilégier la mobilité douce et préserver l'environnement. Les mentalités changent et aucun secteur ne peut échapper aux évolutions induites par l'économie du partage.

Symbole de réussite sociale au 20^e siècle, la voiture ne fait plus rêver les jeunes urbains. Posséder une voiture personnelle ou de fonction est de plus en plus souvent perçu comme une contrainte. Nous voulons être un acteur de ce changement, avec le gouvernement en tant qu'incitateur et les entreprises qui peuvent user de leur influence sur les consommateurs. Aujourd'hui, Moovee compte une dizaine d'entreprises parmi ses clients. Notre société gère un parc d'une cinquantaine d'automobiles, une trentaine de vélos électriques, une vingtaine de trottinettes et une dizaine de véhicules utilitaires. D'ici la fin de l'année 2019, nous devrions atteindre le point mort. Afin de renforcer l'équipe au Luxembourg et de nous développer à l'international, nous avons prévu de lever 400.000 euros avant la fin du mois de septembre 2019 et nous sommes actuellement à la recherche d'un investisseur. En mai 2019, nous avons participé au salon Vivattech à Paris. Nous étions présents sur le pavillon national organisé par la Chambre de Commerce, le ministère de l'Économie, Luxinnovation et la House of Startups, entre autres. Nous avons pu nouer des contacts très intéressants. Nous avons deux projets, l'un en France, l'autre en Belgique. Nos solutions sont innovantes et nous sommes

assez confiants. Nous visons 150 voitures au Grand-Duché, 500 en France et 600 en Belgique d'ici les 18 prochains mois.

Quel est votre meilleur souvenir professionnel depuis la création de Moovee ?

« Un de nos clients, Tralux Construction, m'a invité à participer à leur convention annuelle en tant qu'orateur. La soirée, animée par un journaliste de RTL, avait pour thématique la dimension RSE. J'ai eu l'occasion de présenter Moovee et d'expliquer nos services devant une belle audience. Grâce à cette médiatisation, nous avons eu des retombées très positives.

Auriez-vous des conseils à donner à un jeune entrepreneur qui souhaite se lancer ?

« Lorsque nous avons créé Moovee, nous sommes restés trop axés sur le produit et nous n'avons pas accordé assez de temps à d'autres aspects du projet. La création d'une société doit être un travail de réflexion globale et stratégique. Il faut se donner suffisamment de temps et ne pas hésiter à solliciter des personnes expérimentées. Avant de se lancer et de créer sa société, il faut également savoir gérer son stress, car la charge émotionnelle est dense et omniprésente. » ●

www.moovee.lu

ENTREPRENEURS DAYS

La culture d'entreprise

autumn
edition



09.10.19

18h30 — 20h00

The company
culture behind
Starbucks' empire



Inspirational speech

Zev Siegl

Global Keynote
Speaker

Inscrivez-vous aux
différents événements sur
www.entrepreneursdays.lu

24.09.19

9h30 — 10h30

L'économie circulaire :
une réponse aux limites des
modèles économiques actuels ?

9h30 — 11h45

How to create my company
in Luxembourg?

11h00 — 12h00

Créateurs d'entreprise : la Propriété
Intellectuelle en 4 questions

12h00 — 14h15

Comment créer mon entreprise au
Luxembourg ?

13h00 — 14h00

What is the potential of virtual reality
in the workplace?

15h00 — 16h30

Comment convaincre son banquier :
les fondamentaux du business plan

15h30 — 17h00

Financer son projet d'entreprise :
cautionnement et prêt bancaire

16h00 — 17h00

Participer à une foire à l'étranger :
comment bien se préparer ?

18h00 — 19h00

Vendre au-delà des frontières :
comment appliquer la TVA ?

18h00 — 19h00

Cultiver et stimuler l'esprit d'entreprise

09.10.19

9h15 — 10h15

Valeurs & culture d'entreprise :
des avantages concurrentiels

10h30 — 11h30

Faire venir le client à vous
(Inbound Marketing) en racontant
votre marque

10h30 — 11h30

Engager les équipes dans la stratégie
de l'entreprise

12h00 — 13h00

Les conditions générales de vente :
quels enjeux ? Comment les rédiger ?

12h00 — 13h00

La sous-traitance et la Propriété
Intellectuelle : les bons réflexes
lors de l'externalisation de vos projets

13h00 — 14h00

Mieux connaître la franchise
et la licence de marque

14h00 — 16h15

How to create my company
in Luxembourg?

14h30 — 16h45

Comment créer mon entreprise
au Luxembourg ?

17h00 — 18h00

Dos and don'ts of people
management

17h15 — 18h15

La vue du banquier sur votre projet
d'entreprise

SUCCESS STORY

GILLES GÉRARD

LUXLAIT, 100 % LUXEMBOURGEOIS DEPUIS 125 ANS

Luxlait est une marque alimentaire que l'on peut considérer comme faisant véritablement partie du patrimoine national. L'usine de Roost - et avant elle celle de Luxembourg-ville - est exclusivement alimentée par le lait de 360 producteurs locaux, réunis en coopérative. L'entreprise Luxlait a pour mission de valoriser cet or blanc. Elle la réussit plutôt bien, puisque son succès ne se dément pas, depuis 125 ans. Rencontre avec Gilles Gérard, son CEO.

Texte : Catherine Moisy - Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Le modèle économique de la coopérative agricole, lancé dans le cas de Luxlait en 1946, est-il toujours adapté à l'époque moderne ?

« Pour moi, c'est un modèle génial, l'un des meilleurs pour l'agriculture. Les agriculteurs associés ont trouvé là le moyen de créer un outil de production pour valoriser leur lait et de mutualiser les coûts liés à la collecte du lait et aux infrastructures nécessaires. C'est un modèle qui permet une rémunération juste de leur travail car les recettes réalisées,

“

Les normes sévères ne nous gênent pas car nous allons très loin dans nos contrôles qualité.

”

une fois payés les coûts de production et les éventuels investissements, leur sont entièrement redistribuées. La meilleure preuve qu'il s'agit d'un bon modèle est qu'il a été adopté par environ 50 % du monde laitier, à l'échelle mondiale.

Cependant, ce n'est pas un modèle facile à gérer car nous avons l'obligation d'acheter tout le lait produit par les 360 agriculteurs actionnaires et de lui trouver un débouché.

Or, les volumes ont considérablement augmenté depuis la fin des quotas laitiers, passant de 125 à 160 millions de litres par an. Et nous avons affaire à un produit frais, que l'on ne peut pas stocker longtemps et dont on ne peut pas facilement prévoir la quantité à l'avance car celle-ci fluctue en fonction des saisons, de la météo, de la qualité de l'herbe, etc.

Comment la gouvernance est-elle organisée dans un tel modèle ?

« Tous les cinq ans, les agriculteurs actionnaires organisent des élections pour choisir 13 représentants. Une fois élus, ceux-ci désignent en leur sein un comité constitué d'un président et de deux vice-présidents. Je rencontre ce comité restreint une fois par mois pour une réunion de travail et de réflexion stratégique. Les décisions qui sont prises lors de ces rendez-vous doivent être validées par les 13 représentants des actionnaires. Ces réunions sont très importantes pour partager l'information dans les deux sens, de l'usine vers les exploitations et vice-versa.

Quel est votre propre rôle dans cette organisation ?

« En tant que directeur général, je suis chargé de faire en sorte que l'entreprise Luxlait remplisse sa mission de valorisation de la matière première, le lait, et de vente des produits issus de la transformation de celui-ci. Pour cela, la gestion journalière opérationnelle me revient, c'est-à-dire le bon fonctionnement de l'outil de production, l'élaboration de nouveaux produits, le marketing, la distribution, etc. Pour ce qui relève des décisions véritablement stratégiques, par exemple un investissement conséquent, je dois demander l'aval des actionnaires.

Quelle est la place de l'innovation chez Luxlait ?

« L'innovation fait partie de l'ADN de l'entreprise, non seulement pour les produits mais aussi pour les procédés de fabrication et les packagings. Par exemple, nous allons être parmi les premiers à adopter les tout nouveaux emballages *bio-based* de Tetra Pak dès 2020. Il s'agit de contenants en matière végétale (cane à sucre) entièrement recyclables.

Dans l'usine, nous investissons régulièrement pour améliorer nos procédés de fabrication, et au niveau des produits, nous faisons énormément de recherche et développement. Par exemple, en 2018, nous avons travaillé sur 77 projets (63 pour les produits laitiers et 14 dans la catégorie des glaces). Les sources d'inspiration sont variées. Les commerciaux rapportent des idées de leurs discussions avec les distributeurs qui sont eux-mêmes en contact ▶

Faits et chiffres :

- 1 marque, 120 produits, 350 références
- 160 millions de litres de lait transformés, issus du lait de 22.000 vaches
- 360 éleveurs laitiers luxembourgeois
- 320 employés
- **Marchés d'exportation** (ordre décroissant) : Allemagne, Belgique, France, Pays-Bas, Italie, Grèce, Chine, Afrique
- Les exportations représentent **65%** des produits finis



Gilles Gérard est directeur général de Luxlait depuis mai 2018. Entré dans l'entreprise il y a 23 ans après avoir obtenu un diplôme d'ingénieur, il a occupé successivement plusieurs postes de responsable de département (Maintenance, Services techniques, Qualité et assurance qualité, Projets / travaux neufs, Sécurité, IT) avant de rejoindre le comité de direction.

avec les clients et qui observent les ventes. Nos ingénieurs de R&D testent des nouvelles recettes régulièrement. L'innovation peut aussi venir de certaines obligations légales. Quand la législation européenne change, nous pouvons être amenés à revoir certaines recettes.

Dans le secteur agroalimentaire, les normes à respecter sont très nombreuses. Voyez-vous cela comme une menace ou une opportunité ?

« Les normes présentent l'avantage de protéger le marché des acteurs qui ne respecteraient pas les règles du jeu. De notre côté, nous nous imposons des normes très strictes, qui sont attestées par le label IFS Food pour lequel nous avons obtenu la note de 99 / 100 grâce notamment à notre système de traçabilité totale entre la ferme et le produit fini. Cette norme est désormais obligatoire pour vendre les produits aux grands distributeurs. Nous sommes également labellisés ISO et FSSC (Food Safety Management Systems Certification). Ainsi, les normes sévères ne nous gênent pas car nous allons très loin dans nos contrôles qualité grâce à 1.000 analyses physicochimiques et 500 analyses microbiologiques pratiquées chaque jour dans notre laboratoire. D'ailleurs, en 125 ans, nous n'avons connu aucun scandale sanitaire.

L'un de vos souhaits est d'augmenter la notoriété de Luxlait auprès des résidents non luxembourgeois. Comment allez-vous faire ?

« Je pense en effet qu'il y a encore beaucoup à faire pour améliorer notre pénétration du marché national. Beaucoup de résidents qui viennent de l'étranger ont le réflexe de chercher les produits auxquels ils sont habitués. Le défi est donc de leur faire essayer les nôtres pour qu'ils puissent les apprécier. Nous avons l'intention de miser sur un message vantant la consommation locale comme bonne pour nos agriculteurs et l'économie luxembourgeoise dans son ensemble. Ce message s'adresse d'ailleurs à toutes nos cibles, pas seulement aux non-Luxembourgeois. Mais pour toucher en particulier les consommateurs venant d'ailleurs, nous allons accroître notre présence dans les médias qui ont une audience internationale et concevoir des publicités dans plusieurs langues pour nous adresser à différentes communautés. Chacun a besoin de reconnaître sa langue pour se sentir concerné par un message. Nous allons

également développer notre présence sur les réseaux sociaux, notamment Facebook et LinkedIn. Notre démarche passera également par une refonte complète de notre site Internet et, pour créer du trafic vers celui-ci, l'organisation de jeux que l'on trouvera sur les étiquettes des produits. J'envisage également de déployer des distributeurs automatiques de boissons lactées dans des endroits stratégiques comme les écoles internationales.

“
Le souci de l'environnement est de plus en plus omniprésent.
”

Mais nous souhaitons aussi être soutenus par les différents ministères concernés (Agriculture, Environnement) afin de promouvoir les nombreux produits de qualité issus de l'agriculture luxembourgeoise auprès des résidents non luxembourgeois. Et pourquoi pas offrir systématiquement un panier de produits du terroir, en guise de cadeau de bienvenue, à tout nouvel habitant venu s'installer au Luxembourg ?

Dans cet ordre d'idée, le Vitarium (espace d'exposition inauguré sur le site de Roost en 2010, ndlr) est-il une bonne vitrine de votre savoir-faire ?

« Oui, c'est un bon média, notamment pour les enfants, car on y apprend des choses en s'amusant. Nous souhaitons le repositionner pour en faire un centre de découverte plus large qu'actuellement, organisé autour de trois thématiques : la nutrition, l'agriculture au sens large (pas seulement l'industrie du lait) et la découverte de la variété des métiers de nos filières (la logistique, la recherche en laboratoire, la production, etc.). Notre but est de donner l'opportunité à chaque école du pays de découvrir ces univers et, même à terme, de nouer des partenariats avec des fermes pédagogiques pour que les élèves puissent avoir une vision encore plus complète et concrète des choses.

Concernant l'exportation, vous avez une politique de marchés de niche. Pourquoi ?

« C'est vrai, nous développons des produits spécifiques pour ne pas entrer en concurrence

avec les gammes proposées par les grands acteurs internationaux. Il s'agit de produits qui s'inspirent de traditions étrangères comme le kéfir, le raïb ou le lait fermenté, mais qui rencontrent aussi un bon succès au Luxembourg, car ce sont de bons produits qui plaisent sous nos latitudes également.

Comment gérez-vous la question des langues sur les emballages des produits destinés aux marchés lointains ?

« C'est un peu compliqué, car lorsque nous arrivons sur un nouveau marché, les volumes au début sont modestes et ne nous permettent pas d'imprimer des packagings dans la langue du pays. Cela coûterait beaucoup trop cher de développer des emballages spécifiques. Aussi, nous avons investi dans des machines étiqueteuses qui nous permettent de coller des surétiquettes dans la langue voulue, sur des emballages existants. C'est ce que nous faisons pour le marché chinois, par exemple.

Rencontrez-vous des difficultés de recrutement ? Si oui, pour quels profils ?

« Chez nous, comme dans beaucoup d'autres entreprises industrielles, il devient très difficile de recruter, quel que soit le profil. Nous sommes aussi bien à la recherche d'opérateurs machines que de personnel administratif. Pour donner de la visibilité à nos postes, nous achetons des annonces grand format dans les journaux, mais cela représente un budget de plus en plus conséquent. Un autre problème est la difficulté à retenir les employés luxembourgeois. C'est un vrai souci pour nous. Fréquemment, au bout de quelques années, quand nous avons investi du temps et de l'argent pour les former, ils nous quittent dès qu'une opportunité se présente dans le secteur public, attirés par un niveau de rémunération que nous ne pouvons pas proposer.

Vous travaillez chez Luxlait depuis 23 ans, au cours desquels vous avez été responsable de plusieurs départements. Comment voyez-vous l'évolution récente de l'entreprise ?

« Aujourd'hui, l'entreprise est beaucoup plus tournée vers l'innovation. Nous sommes passés d'un ou deux développement(s) par an à 77 projets en 2018 ! Le contrôle qualité a aussi pris de plus en plus d'importance, en partie en lien avec la complexification de la réglementation et en partie en raison de l'émergence des certifications. La communication et le marketing sont aussi

La coopérative Luxlait collecte le lait de 360 éleveurs laitiers luxembourgeois. Cela représente à l'année un volume de 160 millions de litres transformés en une gamme complète de produits: lait, yaourts, fromages, crème, glaces, beurre et biscuits.



beaucoup plus présents aujourd'hui, et la façon de communiquer a beaucoup évolué ces derniers temps avec les réseaux sociaux.

Mais le plus important pour nous, ce sont les attentes des consommateurs, et elles évoluent énormément. C'est pour répondre à cela que nous avons fait un gros travail sur nos valeurs pour mettre l'accent sur la durabilité. Le souci de l'environnement est de plus en plus omniprésent, et pas seulement chez les clients. Les jeunes que nous recevons en entretien d'embauche nous demandent aussi ce que nous faisons pour l'environnement.

Et que leur répondez-vous ?

« Nous faisons un tri extrêmement fin de nos déchets en 64 catégories. L'eau que nous utilisons pour le nettoyage des installa-

tions est ensuite traitée dans notre propre station d'épuration et rendue à la rivière aussi pure que lorsque nous l'avons prélevée. Notre site est entièrement éclairé par des lampes LED et nous avons le projet de l'équiper en panneaux photovoltaïques pour avoir de l'énergie verte. Nous sommes également en train d'étudier la possibilité de produire de l'énergie par un processus de méthanisation.

Enfin, nous accordons une grande importance au bien-être des animaux dans les fermes de notre réseau. Notre vétérinaire maison fait le tour des exploitations et veille au respect de notre cahier des charges qui comprend des exigences en termes de surface de pâturage par animal, taille et propreté des logettes pour les vaches, etc. On sait que tous ces aspects contribuent à la qualité du lait.

Est-ce qu'une entreprise qui a 125 ans est à l'abri des difficultés ?

« Non, pas du tout. 125 ans, cela force le respect et montre que nous avons un savoir-faire solide et une marque forte, donc plein d'atouts. Mais il faut travailler de plus en plus dur pour rester au niveau de ce que nos prédécesseurs ont réalisé. Nous ne sommes malheureusement à l'abri de rien et au moindre problème, avec l'information qui circule à la vitesse des réseaux sociaux, l'entreprise peut encore être vulnérable. C'est pour cela que le travail que nous menons au quotidien avec les agriculteurs pour obtenir la meilleure qualité prend tout son sens, ainsi que l'innovation et l'amélioration continue. Nous avons l'obsession de la qualité et nous n'avons rien à cacher. Il ne faut pas hésiter à venir nous voir et à visiter notre site! ●

www.luxlait.lu

SUCCESS STORY

AMAL CHOURY

TAILLEUR DE SAP SUR MESURE

Créée en 2008, la petite société e-Kenz est devenue grande grâce à un sens du service irréprochable et des solutions taillées sur mesure pour les clients. Son solide savoir-faire en matière de systèmes d'information d'entreprise a été très vite souligné par l'obtention du prix Startup of the Year reçu lors des Luxembourg ICT Awards 2009. Depuis, la société est régulièrement primée, à la grande fierté de l'équipe conduite par la fondatrice et CEO, Amal Choury.

Texte : Catherine Moisy

Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Quel a été votre parcours ?

« Après mes études d'informatique à l'Université de Lorraine (Metz), j'ai fait mes premiers pas en tant que consultante SAP en France puis, à partir de 2000, ma carrière a pris un tour plus européen quand j'ai été en charge de l'implémentation ERP (Enterprise Resource Planning) et de l'optimisation des processus pour les filiales espagnoles du groupe allemand Dyckerhoff. En 2003, je suis devenue responsable du département informatique du groupe Ciments Luxembourgeois et je me suis engagée dans l'écosystème IT du Luxembourg en devenant membre de Fedil-ICT, dont j'ai rejoint le comité en 2010 après avoir fondé SAP User Group en 2007. Entre-temps, j'étais devenue CIO (chief information officer) de la société Eurobéton.

“
Les trois derniers recrutements que nous avons faits sont toutes des femmes.
”

Qu'est-ce qui vous a donné envie de créer votre propre entreprise en 2008 ?

« Chez Eurobéton, j'avais un niveau de responsabilité tout à fait satisfaisant, avec un réel impact sur la gestion des budgets et

des équipes. Mais en fait, je portais depuis toujours le projet d'entreprendre. J'attendais juste d'avoir accumulé suffisamment d'expérience et d'expertise. Donc je l'ai fait après avoir acquis 10 ans d'expérience professionnelle et mon employeur m'a encouragée dans cette voie. Nous avons décidé d'externaliser le service informatique et d'en faire une société à part entière. C'est ainsi qu'e-Kenz est née et est devenue un centre de profit. Eurobéton a été mon premier client, qui s'est avéré une belle référence pour l'acquisition des suivants.

En quoi consiste exactement l'activité d'e-Kenz aujourd'hui ?

« e-Kenz est une agence luxembourgeoise de conseil en informatique pour la transformation numérique. Nous fournissons une gamme complète de services gérés : conseil, gestion de projet, mise en œuvre de multiples suites métier et solutions cloud complètes et innovantes pour le support des processus d'entreprise. Nous nous positionnons comme le leader du marché local pour les solutions SAP et Microsoft NAV.

Il s'agit d'un domaine que l'on devine extrêmement concurrentiel. En quoi vous distinguez-vous ?

« Nous nous distinguons déjà par le simple fait d'être une société 100 % luxembourgeoise. Grâce à cela, nous comprenons les exigences du marché local. Par exemple, nous avons développé des solutions permettant d'intégrer les spécificités de la fisca-

lité luxembourgeoise dans les suites SAP et Microsoft. C'est un investissement qui bénéficie maintenant à l'ensemble de nos clients.

Le deuxième facteur qui nous distingue est la taille humaine d'e-Kenz, qui nous permet d'être agiles et d'avoir une grande réactivité chez nos clients. Or, quand une société est efficace, cela se sait et le bouche-à-oreille positif fonctionne.

Enfin, l'innovation fait partie de l'ADN d'e-Kenz. Nous proposons toujours les solutions les plus innovantes des logiciels que nous commercialisons et nous les associons à nos propres développements.

Pour résumer, je dirais que notre grande force est l'écoute et la compréhension des clients pour leur fournir des solutions sur mesure. En faisant cela, nous acquérons de solides expériences et de belles références, qui nous permettent de grandir et de nous développer.

Avez-vous encore besoin de prospecter pour trouver de nouveaux clients ?

« Oui, bien sûr. Nous continuons à prospecter pour constituer un vivier de clients potentiels. Le type de contrats que nous remportons fait souvent suite à de longs processus de vente. Pour cela, nous avons une équipe de deux commerciaux qui suit le développement de différentes sociétés pour pouvoir leur proposer nos services au bon moment pour eux et les aider dans leur digitalisation. En parallèle, comme nous commençons à être connus et reconnus sur le marché luxembourgeois, nous recevons aussi de nombreuses demandes spontanées. Nous faisons davantage de prospection pour ▶

e-Kenz en quelques chiffres :

- Effectif : 45 personnes dont 25 % de femmes
- Moyenne d'âge : 35 ans
- Nationalités : 7
- Langues parlées : 10
- Clients : 32
- Une dizaine de projets gérés en même temps
- 6 à 9 mois pour déployer une solution chez un client
- Awards gagnés : 7



e-Kenz

« Mes journées sont totalement différentes les unes des autres et sont rythmées par des réunions, des appels, des conférences, des moments un peu plus calmes qui me permettent de répondre à mes mails, d'être proactive... Pour moi la journée de travail idéale est une journée qui nous apporte de nouveaux marchés et qui nous permet de nous retrouver dans une belle ambiance avec mes collaborateurs. »



faire connaître notre compétence Microsoft Dynamics NAV, logiciel qui est plus récent dans notre catalogue.

Quelles sont les principales difficultés de votre métier ?

« La principale difficulté est liée au recrutement de nouvelles ressources. Les profils qui manquent le plus sont ceux des développeurs, analystes et consultants. Trouver le bon candidat au bon moment n'est pas une mince affaire dans notre secteur d'activité. Cette complexité est d'autant plus importante que la ressource elle-même se fait rare. Il faut aller de plus en plus loin dans la Grande Région et même au-delà. Et les personnes que nous trouvons ne sont pas toujours enclines à venir s'installer au Luxembourg. C'est pourquoi nous visons essentiellement des personnes jeunes et mobiles, avides de construire leur expérience. Je pense que le Luxembourg devrait former davantage de gens à nos métiers, soit des personnes en reconversion, soit des jeunes, en créant des diplômes courts sur le modèle du BTS en *cloud computing*. Nous avons conscience que ce n'est pas un sujet simple et qu'il n'existe aucune baguette magique. De notre côté, nous imaginons des solutions. Par exemple, nous intégrons nos collaborateurs dans le processus en leur offrant une prime s'ils sont à l'origine d'un recrutement réussi. Cela les incite à parler autour d'eux des postes ouverts et

c'est une façon pour nous de leur témoigner notre confiance. Nous avons remarqué que cela portait ses fruits. Il n'y a pas meilleur ambassadeur de l'entreprise que les salariés eux-mêmes.

Nous essayons dans la mesure du possible de rendre notre compte LinkedIn attractif et nous y publions nos offres afin qu'elles soient visibles par un maximum de candidats potentiels. Notre stratégie principale consiste à approcher directement les personnes, car avec la concurrence et la multiplication des canaux de recrutement, c'est à nous d'aller chercher les bons talents, de les former et de les fidéliser.

Est-ce pour retenir ces talents difficilement acquis que vous revendiquez une politique RH qui met le collaborateur au centre (formation, actions santé / bien-être, flexibilité organisationnelle...) ?

« Selon moi, la politique de ressources humaines de l'entreprise doit favoriser l'épanouissement des collaborateurs car un personnel épanoui est plus facile à fidéliser et plus performant aussi. C'est pourquoi nous offrons notamment une organisation souple et flexible. Et nous avons complètement intégré dans notre culture d'entreprise le fait de nous retrouver une à deux fois par an autour d'une activité sportive et trois à quatre fois par an autour d'un moment convivial, restaurant, jeu ou activité extérieure.

Pour Amal Choury, les récompenses et trophées gagnés au cours des années représentent la reconnaissance du travail de l'équipe qui œuvre pour le développement d'e-Kenz et la satisfaction des clients.

L'avenir de l'ICT passe-t-il par les femmes selon vous ?

« Je n'aurais pas la prétention de dire cela [sourire]... En revanche, je pense qu'elles sont très importantes dans ce domaine et que nous allons voir dans les mois et les années à venir de plus en plus de femmes dans l'ICT, et ce ne sera pas pour me déplaire. Cela commence déjà à se voir. Les trois derniers recrutements que nous avons faits sont toutes des femmes. Nous les avons recrutées car leur CV était intéressant et qu'elles ont du potentiel. Convaincre les femmes de travailler dans l'IT peut être une solution pour augmenter les ressources. Cependant, nous n'embaucherons jamais une femme simplement parce que c'est une femme, dans une logique de quotas, mais parce qu'elle est compétente.

Quel est votre style de management ?

« Je dirais que c'est un management participatif. Nous sommes une petite structure à taille humaine et il est important pour moi d'instaurer un climat de confiance. Cela passe par le dialogue avec mes collaborateurs, ce qui nous permet de nous appuyer sur l'intelligence collective. En fonction des situations, je dois m'adapter et parfois faire preuve de persuasion, notamment quand je suis sûre que la décision est bénéfique pour e-Kenz, dont je porte l'entière responsabilité. Dans tous les cas, l'avis de mes collaborateurs est pris en considération et les échanges avec eux sont nombreux.

Quels sont vos souhaits pour l'avenir de l'entreprise ?

« Je souhaite qu'e-Kenz connaisse encore plus de succès pour nous permettre de grandir davantage et répondre aux besoins et exigences de nos clients. e-Kenz est arrivée à une certaine maturité mais ma volonté est d'améliorer sans cesse notre activité afin de continuer d'avancer vers l'avenir avec confiance. » ●

www.e-kenz.lu

luxembourg internet-days

November 12 & 13, 2019

Network &
Cloud Security

E-commerce &
Digitalisation

Luxembourg | @ Chamber of Commerce | a LU-CIX event

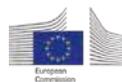


Information and free online registration at
www.luxembourg-internet-days.com

Organised by:



Event partners:



Partner Country: France



VISITE ENTREPRISE

GOBLET LAVANDIER & ASSOCIÉS – INGÉNIEURS-CONSEILS

BÂTIR DEMAIN

Société familiale à ses débuts, Goblet Lavandier & Associés compte aujourd'hui près de 140 collaborateurs de toutes nationalités, proposant les prestations classiques d'ingénieur-conseil en génie technique (études avec suivis de chantier), complétées par un éventail de prestations spécifiques, couvrant ainsi la gamme complète de services permettant d'entamer tout projet de construction ou de transformation d'immeubles.

Texte : Corinne Briault / Goblet Lavandier & Associés

Photos : Emmanuel Claude / Focalize

L'entreprise Goblet Ingénieurs-Conseils a été fondée juste après la Deuxième Guerre mondiale, en 1948, par les époux Ferd et Elise Goblet. Le bureau d'études proposait à l'époque des prestations de calculs de chauffage pour les installateurs chauffagistes. Le marché d'après-guerre évoluant rapidement, le bureau commence à réaliser des études techniques pour des maîtres d'ouvrage publics et privés. En 1980, le bureau est repris par Mike, le fils du

couple. Il le dirige seul jusqu'en 1993, puis s'associe à André Lavandier. Le bureau compte alors près de 70 collaborateurs.

En 2001, les deux associés décident de restructurer l'entreprise avec comme but principal de garantir sa pérennité. Ils créent alors la structure actuelle Goblet Lavandier & Associés Ingénieurs-Conseils et s'associent à quatre nouveaux partenaires. Aujourd'hui, 140 collaborateurs et 13 associés forment Goblet

Lavandier & Associés Ingénieurs-Conseils. La société a réalisé une variété de projets, tels que, par exemple, le centre sportif René Hartmann à Dudelange, les quatre *data centers* LuxConnect à Bettembourg et Bissen, le bâtiment administratif de la Banque Générale à Luxembourg-Kirchberg ou encore le bâtiment administratif d'Ernst & Young situé dans le quartier du Kirchberg à Luxembourg-ville. L'entreprise traverse les frontières en 2017, en ouvrant une nouvelle structure à Trèves, Golav Engineering GmbH, dans laquelle cinq collaborateurs gèrent les projets réalisés en Allemagne.

Entretien avec Roby Eischen, administrateur délégué.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Il y en a évidemment beaucoup. Une bonne moitié de notre acti-

tivité concerne des projets communaux, étatiques et paraétatiques, comme des écoles, des piscines, des maisons relais, des crèches, des hôpitaux, des centres pour personnes âgées... ; l'autre petite moitié est réalisée pour des acteurs privés comme actuellement, par exemple, des projets pour le groupe Ceratizit, le groupe Cactus ou pour maints promoteurs/développeurs. En Allemagne, nos équipes travaillent d'une façon intensive pour les Brüderkranhenhaus et Mutterhaus de Trèves. Notre plus gros chantier actuel, qui est tout aussi complexe qu'intéressant, concerne l'extension du Centre hospitalier de Luxembourg, pour un budget de quelque 400 millions d'euros.

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« Certainement notre nouveau siège de Niederanven, pour lequel



01.



02.



03.

nous avons pu construire pour un budget raisonnable un bâtiment exceptionnel. Il incarne tout notre savoir-faire. Il fonctionne mieux que les simulations que nous avons faites en avant-projet. Standard énergétique AAA, NZEB - *nearly zero energy building*, il est également certifié DGNB Platine. Dans ce bâtiment, nous avons pu mettre en pratique ce que nous préconisons à nos clients, et vérifier l'efficacité de notre travail et tout le confort que cela peut apporter aux utilisateurs.

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

« Un gros défi pour nous est de recruter les bons talents et de les garder. Nous sommes parmi les premières sociétés à avoir été certifiées RSE, et dans ce cadre, nous essayons

d'offrir à nos équipes un cadre de travail confortable, comme ce bâtiment, et des conditions agréables, comme la flexibilité du temps de travail, ou une organisation du travail où les données sont disponibles sur le *cloud* pour que chacun puisse trouver et partager l'information le plus rapidement possible...

Nous souhaitons offrir un cadre de travail et des conditions de confort et de motivation maximales à nos collaborateurs, car nous avons la conviction que c'est une nécessité pour garder les talents et pour délivrer des prestations de qualité à nos clients. Autre défi, celui de rester toujours à la pointe des nouvelles technologies, tant au niveau des formations pour nos équipes qu'au niveau de notre organisation, car tout évolue à une vitesse

incroyable ces dernières années dans notre secteur.

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

« Tout évolue très vite aujourd'hui dans le milieu de la construction et le cadre législatif avec sa multitude de règlements qui se chevauchent et s'entremêlent ne nous facilite pas la tâche, au contraire, ce mille-feuille devient quasiment ingérable pour nos équipes et découragerait presque de se lancer dans de nouveaux projets. La Chambre de Commerce pourrait intervenir davantage pour que le cadre légal soit plus clair pour les entreprises et que les administrations se coordonnent entre elles pour offrir un cadre plus propice au développement de l'économie. » ●

01. (De g. à dr.): Marc Wagener, COO (chief operating officer) de la Chambre de Commerce; Tom Schaeffer, administrateur, Goblet Lavandier & Associés; Jürgen Müller, administrateur, Goblet Lavandier & Associés; Carlo Thelen, directeur général (CEO) de la Chambre de Commerce; Jacques Weyland, administrateur, Goblet Lavandier & Associés; Fränk Thill, administrateur, Goblet Lavandier & Associés; Pascal Nohl, senior project manager à la Chambre de Commerce, et Roby Eischen, administrateur délégué, Goblet Lavandier & Associés.

02, 03. Fondée en 1948 par Ferd et Elise Goblet, Goblet Lavandier & Associés compte aujourd'hui près de 140 collaborateurs de toutes nationalités, proposant les prestations classiques d'ingénieur-conseil en génie technique, complétées par un éventail de prestations spécifiques.

04, 05, 06, 07. Le bâtiment du nouveau siège social à Niederanven a permis de mettre en œuvre tout le savoir-faire de l'entreprise. Il est certifié AAA et DGNB Platine et a été conçu selon les dernières techniques du secteur. Tout de béton, le bâtiment, entre autres, ne dispose pas de chaudière, mais de 21 forages géothermiques reliés à une pompe à chaleur qui permettent à la fois de chauffer et de refroidir les surfaces de bureaux. Un puits de lumière apporte de la lumière naturelle et permet un refroidissement naturel (*free cooling*) du bâtiment, et la toiture dispose de panneaux photovoltaïques.

L'information continue

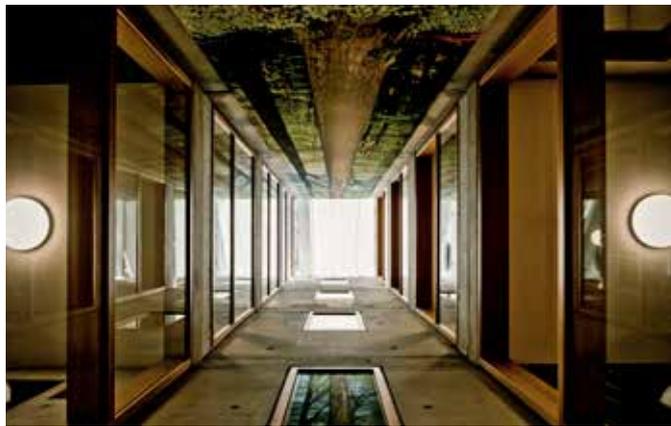
Retrouvez toutes les visites d'entreprises sur www.cc.lu



04.



06.



05.



07.



01.

CITY HOTEL

NOUVELLE JEUNESSE !

Situé en plein cœur de la capitale (rue de Strasbourg – coin avenue de la Liberté), dans un quartier en pleine mutation, le City Hotel a rouvert ses portes en juin 2018, après une rénovation complète. L'association N. Arend & C. Fischbach exploite le City Hotel depuis 25 ans et elle a piloté la rénovation.

Texte : Corinne Briault / N. Arend & C. Fischbach

Photos : Caroline Martin (01) ; Jean-Yves Néguin (02,03) ; Lukas Huneke (04) ; Photothèque de la Ville de Luxembourg (06)

Désormais 3 étoiles Superior, le City Hotel se veut être aujourd'hui un établissement écoresponsable qui propose un nouveau concept, un look moderne et une nouvelle offre qui se base sur le mélange entre l'ancienne structure du bâtiment à l'architecture classique et des éléments répondant aux tendances actuelles. Réparties sur six étages, ses 32 chambres ont été considérablement améliorées et réagencées. La nouvelle conception des espaces et des intérieurs avec des instal-

lations sanitaires modernes et fonctionnelles améliore considérablement le confort. Le City Hotel s'adapte à sa clientèle en proposant différentes typologies de chambres : Single, Double, Double Supérieure, Triple, Junior Suites, ainsi que des chambres familiales communicantes. Pour compléter son offre, l'hôtel met également à disposition trois salles de conférences modulables avec des technologies de pointe, qui peuvent accueillir de 5 à 60 personnes lors de réunions ou de

séminaires, avec ou sans *catering*. Le City Hotel a été récemment certifié Hotelstars Union 3 étoiles Superior et a reçu l'EcoLabel argent. Il s'engage à soutenir les initiatives régionales et les produits locaux de haute qualité et authentiques dans leur goût. Le Luxembourg dispose d'une grande diversité de ces produits : la charcuterie de Cobolux, les savons et shampooings de la marque Bléi vum Séi, les thés Téi vum Séi du parc naturel de la Haute-Sûre, les produits laitiers et les eaux de source que les clients retrouvent dans leur chambre ou en prenant leur petit-déjeuner. L'hôtel mise ainsi sur un charme tout à fait particulier à deux pas du cœur de la ville de Luxembourg, où tout est accessible à pied ou en utilisant les transports publics, le quartier de la gare présentant l'une des zones les plus connectées au



02.



03.

réseau de transports publics de la ville de Luxembourg (trains, bus et bientôt tram). Entretien avec Laurent Fischbach, administrateur délégué ; Sylvie Winkin-Hansen, administratrice déléguée, et Nico Arend, administrateur délégué.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« L'hôtel dispose de trois salles de réunion de 26 m² et deux fois 48 m², soit 122 m² qui peuvent accueillir jusqu'à 60 personnes. En collaboration avec l'enseigne Victorine, qui loue un local sur le même niveau que la réception de l'hôtel, nous pouvons également proposer du *catering* pour les séminaires aux personnes qui le désirent. Nous allons essayer de promouvoir davantage ce service. Pour ce faire et pour faire également la promotion de l'hôtel, nous



04.



05.

travaillons sur la mise à jour du site Internet et nous travaillons sur une présence constante sur les réseaux sociaux, y compris grâce à des collaborations avec des influenceurs.

Quelle est la réalisation dont vous êtes les plus fiers ?

« Les travaux de rénovation de l'hôtel ont été un immense projet et nous avons beaucoup fait pour le confort des clients, notamment avec la rénovation complète de la climatisation, de l'isolation et de l'insonorisation. Nous sommes passés de 34 à 32 chambres et nous misons aujourd'hui sur le développement durable et l'écologie. Par exemple, les meubles sont en bois certifié durable, le papier est recyclable, nous travaillons sur le tri et la réduction des déchets et les produits de nettoyage sont respectueux de l'environnement. Pour la blan-

chisserie, nous collaborons avec la startup Klin, qui propose un service de blanchisserie écologique. Enfin, nous souhaitons garder une ambiance familiale avec une petite équipe et offrir un service de qualité à nos clients. Durant les travaux, notre personnel a été formé afin de délivrer un meilleur conseil à la réception.

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

« Un des gros défis auquel nous devons faire face est le taux d'occupation le week-end, qui est assez bas en comparaison avec les jours de la semaine. Nous allons essayer de booster les réservations en ce sens. Puis, nous allons également essayer de passer le moins possible par des plates-formes de réservation pour privilégier les



06.

réservations en direct. Étant aux mains de privés, le City Hotel ne fait pas partie d'une chaîne hôtelière, ce qui lui permet de maintenir un concept local et de faire découvrir des produits luxembourgeois aux touristes et aux professionnels participant à des congrès.

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

« Nous souhaiterions que la Chambre de Commerce nous aide à faire la promotion de nos salles de conférences et de nos chambres auprès de la clientèle *corporate*, car en tant qu'acteur économique de premier plan, elle a de nombreuses relations avec les entreprises qui auraient des besoins pour leurs séminaires en plein cœur de la capitale. » ●

01. (De g. à dr.) Laurent Fischbach, administrateur délégué ; Carlo Thelen, directeur général (CEO) de la Chambre de Commerce ; Sylvie Winkin-Hansen, administratrice déléguée, et Nico Arend, administrateur délégué.

02, 03. Réparties sur six étages, les 32 chambres ont été considérablement améliorées et réagencées. La nouvelle conception des espaces et des intérieurs avec des installations sanitaires modernes et fonctionnelles améliore considérablement le confort.

04, 06. Les nouveaux aménagements proposent un mélange entre l'ancienne structure du bâtiment à l'architecture classique et des éléments répondant aux tendances actuelles.

05. Pour compléter son offre, l'hôtel met également à disposition trois salles de conférences modulables avec des technologies de pointe.

L'information continue

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

PHOTO DU MOIS



B2FAIR – BUSINESS TO FAIRS

LE CONCEPT DE MATCHMAKING FÊTE SES 15 ANS !

En présence de quelque 230 invités issus du monde entrepreneurial, économique et politique, le concept de *matchmaking* b2fair - Business to Fairs a fêté le 10 juillet 2019 ses 15 ans au service du développement international des entreprises. Lancé en 2004 avec le soutien de la Commission européenne, b2fair - Business to Fairs est un concept unique de *matchmaking*. En tant que marque protégée à l'international et appartenant à 100 % à la Chambre de Commerce, les activités b2fair occupent aujourd'hui une place importante dans les actions annuelles des Affaires internationales et de l'Enterprise Europe Network, avec près de 225 événements internationaux organisés sur ces 15 dernières années.

Photos : Chambre de Commerce





01.



03.



05.



02.



04.



06.

01. Le concept b2fair permet à la Chambre de Commerce de monter des opérations internationales à valeur ajoutée. Pour les TPE et PME ressortissantes de l'institution qui n'ont ni le temps, ni les ressources humaines et financières pour développer leurs contacts à l'international, la mise en place des mesures locales sont très précieuses.

02. « Avec sa devise 'Think Global - Act Local' et en puisant sa dynamique d'action dans l'alimentation de l'effet réseau à l'international, le concept b2fair nous a aidés à construire des contacts et des relations de travail intéressantes avec des organisations professionnelles à travers le monde et à établir des relations privilégiées avec un réseau d'interlocuteurs et de partenaires stratégiques actifs dans le commerce international en Europe et à travers le monde », a souligné Carlo Thelen, CEO, directeur général de la Chambre de Commerce, lors de son mot de bienvenue.

03. En 15 ans, les activités b2fair ont permis d'organiser 275.000 rencontres d'affaires et de réunir 35.000 chefs d'entreprises en provenance d'une soixantaine de pays. Avec 3.750 participants et 30.000 rencontres, les entreprises nationales représentent le plus grand bénéficiaire en termes d'exploitation de contacts internationaux.

04. Après le lancement d'un nouveau cycle de conférences « Fit4International » qui a réuni quelque 80 entreprises, Pierre Gramagna, ministre des Finances, a déclaré que les outils, tels que le b2fair, constituent un excellent moyen pour trouver de nouveaux marchés. C'est au niveau microéconomique que se jouent l'exportation et l'importation.

05. Jean-Luc Demarty, conseiller hors classe en charge du multilatéralisme et de la réforme de l'OMC auprès du Secrétaire général de la Commission européenne, a réaffirmé la position de l'Union européenne en faveur d'un commerce international ouvert mais régulé.

06. Gabrielle Marceau, conseiller principal auprès de l'OMC - Organisation mondiale du commerce, a souligné l'importance des PME en tant qu'acteurs économiques majeurs. Elle a également mis en avant les actions de l'OMC pour intégrer ces dernières dans ses différentes politiques.



07.



08.



09.



10.



12.



11.

07. Une table ronde animée par Thierry Raizer, rédacteur en chef de Paperjam, a porté sur les enjeux stratégiques de l'internationalisation. Les panélistes se sont livrés à un débat animé sur les défis majeurs des entreprises dans un contexte économique de plus en plus globalisé et digitalisé. Sabrina Sagramola, gérant - Enterprise Europe Network - Luxembourg et b2fair (1^{re} à gauche), a conclu le débat en déclarant: « L'informatique a déjà beaucoup révolutionné le b2fair et continuera à le faire. L'avenir de notre concept b2fair se situe clairement dans le 'phygital'. Avec le lancement de la Matchmaking Generation 5.0, nous avons l'ambition de changer la façon dont les rencontres d'affaires seront organisées à l'avenir. »

08. Une cérémonie de remise des « b2fair Awards » a récompensé quatre entreprises et trois organisations professionnelles pour leurs résultats tangibles, suite à une participation aux rendez-vous d'affaires b2fair. (De g. à dr.): Thomas Schoos, head of external communication, LIST ; Roland Streber, consul honoraire de Slovénie au Luxembourg et président du Luxembourg Slovenian Business Club, et Thomas Tamisier, data processing group leader, LIST.

9, 10, 11. Les invités ont pu nouer des relations dans le cadre d'un b2fair Summer Get2Gether.

12. L'équipe b2fair accompagne et soutient les entreprises tout au long de leur parcours à l'international.

VISITES D'ENTREPRISES

DIRECTION LE NORD !

À la fin du mois de juillet dernier, comme il est désormais de tradition, une délégation de la Chambre de Commerce s'est rendue dans le nord du pays pour visiter trois entreprises. Ces visites ont non seulement permis à la direction générale de la Chambre de Commerce de prendre le pouls de l'économie régionale, mais également d'être informée par ces entreprises des problèmes auxquels elles sont confrontées. Au fil de cette journée, la délégation a rencontré Carine et Jacques Petry des Chalets Petry Spa & Relax, Steve Martellini du restaurant Beim Bertchen, Paul Zeimet et Claude Tonino de la Société Électrique de l'Our.

Photos : Emmanuel Claude / Focalize



01.



03.



02.



04.

01. (De g. à dr.) Carine et Jacques Petry; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, Georges Michels et Nathalie Muller, vice-président et directrice du Guichet Unique PME du Nord, et Corinne Briault, rédactrice en chef adjointe du magazine Merkur.

02, 03, 04. La journée a débuté à Bettel par la visite des Chalets Petry Spa & Relax. Dans un esprit de petit village de chalets aménagé autour d'un parc avec un étang, le site offre une vue imprenable sur la vallée de l'Our. Les chalets, pouvant accueillir jusqu'à huit personnes, offrent tout le confort haut standing, du sauna au jacuzzi, de la vaste terrasse à la cheminée, et des nombreuses salles de bains aux équipements dernier cri.



05.



06.

05. Rendez-vous a ensuite été pris au restaurant Beim Bertchen où Steve Martellini (à dr.) a accueilli la délégation (Georges Michels, Carlo Thelen et Nathalie Muller).
06, 07. Steve Martellini est désormais aux commandes du restaurant et s'est fait une spécialité de proposer à ses convives de la viande grillée au feu de bois dans un cadre rustique et agréable, avec une terrasse qui donne sur la nature.



07.



08.

08. La journée s'est poursuivie par une visite de la Société Électrique de l'Our (SEO) à Vianden par son directeur Paul Zeimet et Claude Tonino du service de la construction (à dr.).
09, 10, 11. La Société Électrique de l'Our, ou SEO, exploite la centrale d'accumulation par pompage de Vianden afin de produire un courant de pointe et elle exploite également des centrales hydroélectriques au fil de l'eau et des centrales éoliennes.



09.



10.



11.

SOUTH KOREA

PIONEERING NATIONS, CONVERGING VISIONS, FULL STEAM AHEAD!

On 15-18 July 2019, the Luxembourg Chamber of Commerce, represented by Carlo Thelen, director general, participated in Luxembourg's official mission to South Korea, led by the Deputy Prime Minister and Minister of the Economy, Étienne Schneider. No less than 27 companies from sectors including ICT, finance, industry, space, and logistics participated in the mission, whose objective was to promote economic and trade relations between South Korea and Luxembourg, help enterprises connect with potential growth partners, and grasp business opportunities.

Photos: Philo Seung (photos 1, 2, 3, 4, 5, 9, 10, 11 and 12); Shi Na (photo 6); Zhang Ran, Huawei (photo 7); Samsung Innovation Museum (photo 8)



01.



02.



04.



03.

01. Étienne Schneider welcomed an audience of more than 150 business people representing a microcosm of the relationship between South Korea and Luxembourg. Carlo Thelen stressed their similarities, pointing out in particular that "we are not only strong trading partners, but we are also both pioneers in innovation and leaders in the high-tech and digitalisation sectors".

02. Étienne Schneider (centre); Carlo Thelen and Jundong Kim, Executive Vice-Chairman of the Korea Chamber of Commerce and Industry (KCCI).

03. Luxembourg and Korean experts presenting Luxembourg as an IT nation, highlighting in particular high-performance computing (HPC), digital supply chain and cybersecurity at the ICT seminar: "Luxembourg, your trusted data hub" (organised by the Ministry of the Economy, Luxinnovation, the Luxembourg Chamber of Commerce and the Luxembourg Trade and Investment Office – LTI0 in Seoul) was then held with experts from Luxembourg.

04. Panel discussion "Cybersecurity at the service of the data-driven economy", moderated by Mr Steve Clement, CIRCL.



05.



06.



07.



09.



08.



10.



09.



11.



12.

05. Over 100 B2B matchmaking meetings between Korean and Luxembourg-based companies were organised by LTIO Seoul and the Luxembourg Chamber of Commerce.

06. The delegation visited AI Expo Korea, which showcases not only elemental technology, but also next generation artificial intelligence. The delegation also visited the three Korean startups that attended Luxembourg's ICT Spring in May this year.

07. Delegates visited LG U+ Corp, one of the top telecommunications service providers in Korea, and experienced the 5G home, game and education applications, as well as the 5G bus drive.

08. Delegates visited the Samsung Innovation Museum, which exhibits the evolution of Samsung, technological advancements in the electronics sector overall, and upcoming innovations to improve future daily life.

09. An MoU was signed between Luxinnovation and its Korean counterpart, the Korea Institute of Startup & Entrepreneurship Development (KISED), attended by the Deputy Minister during the startup event.

10. The startup event had a pitch session where one of eight Korean startups won the entrance ticket for the Arch Summit Luxembourg.

11. A group photo of the delegation in front of a traditional Korean house.

12. Étienne Schneider opened the Korea Space Forum with a speech in which he highlighted Luxembourg's SpaceResources.lu initiative and its role in introducing legislation regarding space resources, stating in particular that "Luxembourg is poised to play a pioneering role in the development of a commercial space economy focused mainly on the exploration and use of space resources".

TAIPEI
**LUXEMBOURG
 JOINT BUSINESS
 COUNCIL**

In addition to the official mission to South Korea, some participants from the Luxembourg delegation, the Luxembourg Chamber of Commerce, the Ministry of the Economy and companies from Luxembourg had planned a business trip to Taiwan. Their delegation was headed by Daniel Da Cruz, director general for Foreign Trade and Investment Promotion at the Ministry of the Economy. 23 members, including officials and representatives of 10 companies, joined the mission to Taipei.

Photos: LTIO (01 to 04); Shi Na (05 and 06)



04.

01. Tania Berchem, director of the Luxembourg Trade and Investment Office (LTIO) - Taipei, greeted Chi-Yuan Chin, chairman of the Taiwan-Luxembourg Economic Cooperation Committee, and Frank Wu, secretary general of the Chinese International Economic Cooperation Association (CIECA) Taiwan at the welcome cocktail reception offered to the Luxembourg delegation.



01.



05.

02, 03. The 12th Taiwan-Luxembourg Joint Business Council (TLJBC) meeting was held on 19 July 2019 at the Taipei World Trade Center. The meeting, attended by more than 80 people, focused on digital economy and finance, and ICT and information security. Both sides took the opportunity provided by the event to express their positive expectations toward future cooperation, and the common will to continue engaging in exchanges to further explore concrete business opportunities. The next Joint Business Council meeting between Taiwan and Luxembourg will be held in Luxembourg in 2020.



02.

04. A Taiwan-Luxembourg joint statement was signed between Robert Goeres, member of the International Affairs Committee of the Luxembourg Chamber of Commerce and Chi-Yuan Chin.



03.

05. The delegation participated in the startup event "Meet Luxembourg's Startup ecosystem in Taipei!" hosted by the Ministry of the Economy at the Taiwan Tech Arena.



06.

06. The delegation visited the new Luxembourg Trade and Investment Office (LTIO) - Taipei.



01. Marco Houwen, président de LU-CIX asbl; Roger Lampach, président de LU-CIX GIE; Claude Demuth, CEO de LU-CIX. L'association est à l'origine de l'événement « Luxembourg Internet Days », qui réunit depuis près de six ans plus de 1.000 professionnels et orateurs de renom autour de thématiques ciblées.

02, 03. Une salle comble et une belle ambiance pour fêter le succès de LU-CIX, devenue le seul nœud d'échange au monde à travailler sur une solution intégrée visant à protéger son pays, ses infrastructures et ses concitoyens contre les cyberattaques. En effet, le 20 juillet 2018, le conseil de gouvernement a marqué « son accord de principe avec la stratégie de réalisation d'un centre national de filtrage de cyberattaques de type déni de service (DDoS) pour protéger le pays en cas de crise ». LU-CIX s'inscrit également comme un partenaire de choix dans la mise en œuvre de la stratégie « Digital Lëtzebuerg ».

04. (De g. à dr.) Roger Lampach; Claude Demuth; François Blitgen, juge à la Cour de justice de l'Union européenne, et Marco Houwen. Aujourd'hui, environ 80 % du trafic Internet luxembourgeois passe par la plate-forme de LU-CIX et depuis 2016, les services de LU-CIX sont reconnus « d'intérêt économique général » par le gouvernement.

05. La plate-forme www.datacenters-in-europe.com, ayant pour objectif d'aider l'écosystème luxembourgeois des centres de données à attirer les entreprises internationales au Luxembourg pour y établir un point de présence, est au premier rang des résultats des moteurs de recherche partout dans le monde.

06. Michel Lanners, Frédérique Ulrich, Emmy Gandar, Nicolas Debeffe, Séverine Leinen et Claude Demuth (LU-CIX)

LU-CIX

10 ANS AU CŒUR DE L'INTERNET !

Pour célébrer ses 10 ans, LU-CIX a organisé une soirée de gala à Mondorf-les-Bains en présence de hauts fonctionnaires des ministères en charge des TIC et de la digitalisation et plus de 200 représentants de ses membres et acteurs-clés de l'Internet en Europe. Créée en avril 2009 avec une poignée de volontaires et une vision commune, l'association a su soutenir le développement du secteur et promouvoir l'Internet au Luxembourg par le biais d'un carrefour technique national d'échange de trafic Internet. Aujourd'hui, LU-CIX compte 69 membres et est au centre d'une communauté de plus de 3.500 professionnels des TIC.

Photos: Raoul Gilibert / LU-CIX



02.



05.



03.



04.



06.

ASTEROID DAY 2019

PLUS PRÈS DES ÉTOILES

Fin juin 2019, le Luxembourg a été, une fois encore, au cœur d'un événement dédié à l'espace : l'Asteroid Day. Celui-ci est organisé depuis maintenant trois ans au Grand-Duché, où siège l'Asteroid Foundation, à l'origine de cet événement mondial. Proclamé Journée internationale de sensibilisation et d'éducation sur les astéroïdes par les Nations unies, le 30 juin commémore l'anniversaire de l'impact d'un astéroïde dans la région de Tougouska en Sibérie, le 30 juin 1908. Ainsi, du 24 au 30 juin 2019, se sont succédé débats et interviews avec des experts, des scientifiques et des astronautes. Retour de l'espace en images...

Photos: Vio Duda



01.

01. Un panel constitué de plusieurs experts internationaux, scientifiques et astronautes a présenté les dernières découvertes scientifiques sur les astéroïdes dans les locaux d'Arendt & Medernach.

02. Patrick Michel, astrophysicien français, planétologue et directeur de recherche au CNRS.

03. De g. à dr.: Michel Tognini, astronaute français; Rusty Schweickart, astronaute américain, cofondateur de l'Asteroid Day et de la fondation B612; Dumitru-Dorin Prunariu, cosmonaute roumain; Alexandre Missourkine, cosmonaute russe et Reinhold Ewald, physicien et astronaute allemand, entourant Hayden Geraghty, un jeune autiste irlandais passionné par l'espace.

04. Asteroid Day LIVE, une émission produite par l'Asteroid Day avec le soutien d'OHB, de BCE et du gouvernement du Grand-Duché de Luxembourg, a été retransmise en direct à travers le monde grâce au réseau de satellites de SES.

05. De g. à dr.: Ed Lu, astronaute américain, à bord de la navette spatiale américaine et cofondateur de la fondation B612; Dumitru-Dorin Prunariu, Rusty Schweickart, Michel Tognini, Alexandre Missourkine, Simon « Pete » Worden, ancien directeur de la NASA, président de la fondation Breakthrough Prize et membre de l'initiative SpaceResources.lu; et Paolo Martino, ESA Asteroid Missions et manager de l'engin spatial de la mission Hera Planetary Defense.

06. Asteroid Day LIVE a réuni experts en astéroïdes, astronautes, conservateurs de musée, enseignants, étudiants, stagiaires et volontaires, musiciens, artistes et autres personnalités du monde économique et politique, sur une seule scène au Luxembourg. Douze panels ont favorisé la discussion sur une grande variété de sujets scientifiques liés aux astéroïdes, aux missions dans l'espace et à l'économie émergente du New Space.

07. La Luxembourg Space Agency a invité le grand public à rencontrer des astronautes et experts en sciences planétaires. L'événement, dont l'accès était gratuit, a eu lieu le 29 juin au Cercle Cité. Un planétarium a été proposé aux participants par le Luxembourg Science Center et le Musée national d'histoire naturelle. SES, le leader mondial des opérateurs satellites, basé à Betzdorf, était également présent avec un stand dédié aux enfants.



02.



05.



03.



06.



04.



07.



08.



09.



10.



11.



13.



12.



14.

08. Les séances de rencontre avec les astronautes et les activités proposées visaient à sensibiliser les jeunes à l'exploration de l'espace et à susciter chez eux des vocations scientifiques vers les filières du spatial et de l'astronomie. Par ailleurs, le Service de la formation professionnelle (SFP) du ministère de l'Éducation nationale avait organisé avec la fondation B612 plusieurs événements dans les lycées. L'objectif était d'informer les jeunes sur le secteur spatial en plein essor au Luxembourg, avec de nombreux débouchés professionnels, ainsi que les formations qui y préparent.

09. Photo de groupe avec l'astronaute Ed Lu qui a répondu aux nombreuses questions des enfants.

10. L'atelier de construction de télescopes a rencontré un vif succès.

11. Georges Schmit, cofondateur de l'Asteroid Foundation; Philippine Griveaud et sa mère, Pascale Marchal Griveaud; et Danica Remy, cofondatrice de l'Asteroid Day et présidente de la fondation B612. Philippine, jeune résidente luxembourgeoise, fait partie de l'équipe de l'Asteroid Day depuis trois ans et prépare un doctorat en astronomie à l'Université Côte d'Azur, en France.

12. L'Asteroid Day s'est clôturé par un dîner de gala qui a réuni plus de 200 personnes.

13. Rusty Schweickart a tenu un discours d'ouverture émouvant, retraçant 4 milliards d'années d'évolution, décrivant l'amour et les responsabilités que les êtres humains éprouvent pour la planète bleue grâce aux voyages spatiaux.

14. Grigori Richters, cofondateur de l'Asteroid Day, a demandé à Francesca De Florio de SES de venir découper le gâteau conçu spécialement pour célébrer les cinq ans de l'Asteroid Day.

Pour plus d'informations : www.asteroidday.org

CALENDRIER DES MANIFESTATIONS

Du 23 au 26 septembre 2019
Casablanca (MA)



Mission économique officielle au Maroc

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg organise, en collaboration avec le ministère de l'Économie, une mission économique officielle au Maroc. Cette mission, principalement axée autour des secteurs TIC, Logistique et Maritime, vous propose de participer à un forum économique Luxembourg-Maroc, des visites d'entreprises, ainsi que des rendez-vous d'affaires organisés au préalable avec les entreprises marocaines.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – Maroc2019@cc.lu – (+352) 42 39 39 374/337 – Sabrina Aksil / Thomas Bertrand

All year long
Luxembourg (LU)



Go Digital Workshops

In order to help businesses bring digital transformation into their business models, the House of Entrepreneurship provides support to those facing the challenges of digitisation and expanding their use of information technology (ICT). This support is provided in collaboration with Luxinnovation and is three-fold: Distributing information and raising awareness on the digitisation of SMEs, Evaluating the SME digitisation process via self-assessment, Offering advice, assistance, and training. Dates and complete programme available here:

www.cc.lu rubrique Agenda – (+352) 42 39 39 857/871 – Laurent Lucius / Marion Pailler

Toute l'année
Luxembourg (LU)



Formations Go Digital

Face aux divers défis liés à la digitalisation des entreprises, la House of Entrepreneurship soutient les entreprises encore peu matures au niveau technologique (TIC) dans leurs efforts, en vue de transposer la transformation digitale dans leurs « business models ». Cet accompagnement, dispensé en collaboration avec Luxinnovation, se fait au travers de trois axes : Information et sensibilisation à la digitalisation des PME, Évaluation de la digitalisation des PME via un auto-diagnostic, Conseil, accompagnement et formation. Pour consulter les dates et le programme complet des workshops : www.cc.lu rubrique Agenda – (+352) 42 39 39 857/871 – Laurent Lucius / Marion Pailler

23rd of September 2019
Luxembourg (LU)



Opening doors for your business in Hungary

The Chamber of Commerce of the Grand Duchy of Luxembourg, in close cooperation with the Embassy of Hungary, will organize a country seminar on business and investment opportunities in Hungary. The seminar, open to all sectors of activity, will also include a presentation of the Hungarian economy, useful advices and tips for investors, as well as testimonials from Luxembourg companies active in Hungary.

Info : www.cc.lu rubrique Agenda – (+352) 42 39 39 379 – Steven Koener

24 septembre 2019
Luxembourg (LU)



Fit4Tenders – volet 6 : Les marchés publics verts

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg a le plaisir de vous inviter à assister au volet n°. 6 du cycle de conférences « Fit4Tenders » : « Les marchés publics verts : quelles opportunités pour les entreprises ? ». Le nouveau cadre législatif communautaire vise ainsi à améliorer l'accès des PME aux marchés publics en simplifiant les procédures de passation, tout en plaçant la commande publique au service de la stratégie européenne de développement durable, d'inclusion sociale et d'innovation.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – (+352) 42 39 39 333 – Niels Dickens / Cindy Correia

25 septembre 2019
Luxembourg (LU)



La conduite du changement : quelles sont les bonnes pratiques ?

Des ateliers collectifs portant sur différents thèmes managériaux sont régulièrement proposés à la House of Entrepreneurship. Lors de ce workshop seront analysés les facteurs-clés de succès d'une démarche de changement, de même que les outils à acquérir et les bonnes pratiques à mettre en œuvre pour développer la capacité de changement de votre organisation.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda

26 septembre 2019
Luxembourg (LU)



Journée d'opportunités d'affaires : Royaume-Uni (Londres)

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 – Laura Ambrogio / Déborah Varoqui

30 septembre 2019
Luxembourg (LU)



Conférence – Le droit et le paysage de la médiation au Grand-Duché de Luxembourg – un exemple européen pour une justice moderne

La compréhension de ce que représente la médiation a fortement évolué au fil des années avec une activité législative accrue à la fin des années 90 jusqu'à aujourd'hui. Un bref aperçu des domaines d'application pratique de la médiation au Grand-Duché de Luxembourg vous sera présenté avec tout un ensemble d'institutions, acteurs et opérateurs. La conférence s'adresse aux praticiens du droit, avocats, médiateurs, magistrats, managers RH et responsables d'institutions et d'entreprises. Infos : www.cc.lu rubrique Agenda

Du 7 octobre au 16 décembre 2019
Luxembourg (LU)



« Reprendre une entreprise en pratique »

La House of Entrepreneurship, en partenariat avec la House of Training de la Chambre de Commerce, met en place une formation (cycle de 10 modules de 4 heures) pragmatique couvrant de nombreux aspects de la reprise (préparation, aspects psychologiques, fiscalité, questions juridiques, évaluation du dossier de reprise, accompagnement du cédant, etc.).

Infos : [www.cc.lu](mailto:initiatives@houseofentrepreneurship.lu) rubrique Agenda – initiatives@houseofentrepreneurship.lu – (+352) 42 39 39 330 – Cécile Bemelmans-Merenne

17 octobre 2019
Luxembourg (LU)



Journée d'opportunités d'affaires : Cuba (La Havane)

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 – Laura Ambrogio / Deborah Varoqui

17 octobre 2019
Luxembourg (LU)



Journée d'opportunités d'affaires : Uruguay (Montevideo)

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 – Laura Ambrogio / Deborah Varoqui

21st to 25th of October 2019
Moscow and Saint Petersburg
(RU)



Trade mission to Moscow and Saint Petersburg

To further explore the Russian market and its business opportunities, the Luxembourg Chamber of Commerce, in collaboration with the Embassy of Luxembourg in Moscow and Luxinnovation, will organise a trade mission to Moscow and Saint Petersburg including an accompanied visit of the Skolkovo Open Innovations Forum. Participating companies will discover the Open Innovations Forum 2019, Russia's leading platform for technology entrepreneurs and corporations to find new opportunities for development, connect with investors, partners and officials.

Info: www.cc.lu rubrique Agenda – russia@cc.lu – (+352) 42 39 39 379 – Steven Koener

5 novembre 2019
Marche-en-Famenne (BE)



Salon Métamorphoses

Le salon Métamorphoses est une vitrine au service des grandes entreprises, de la recherche et des startups dans le monde des matériaux et procédés technologiques avec pour leitmotiv: « inspirer l'après-demain ».

Ce concept se veut multisectoriel mais avec un dénominateur commun: l'innovation en termes de matériaux et procédés technologiques. Lors du salon, l'Enterprise Europe Network de Wallonie organise des rencontres B2B. Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – een@cc.lu – (+352) 42 39 39 333

11 novembre 2019
Luxembourg (LU)



Journée d'opportunités d'affaires : Allemagne (Berlin)

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 – Laura Ambrogio / Deborah Varoqui

11 novembre 2019
Luxembourg (LU)



Journée d'opportunités d'affaires : Belgique (Bruxelles)

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 – Laura Ambrogio / Deborah Varoqui

13 novembre 2019
Luxembourg (LU)



Journée d'opportunités d'affaires : France (Paris)

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 – Laura Ambrogio / Deborah Varoqui

AGENDA

Entrepreneuriat & Gestion d'entreprise				
Création et reprise d'entreprise	Structurer son projet de création d'entreprise	24.10.2019 Cours du jour	12h	
Organisation et amélioration continue	L'essentiel de SCRUM et la gestion de produit Agile	24.10.2019 Cours du jour	16h	
Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)	RSE et Gouvernance - Assurer une bonne gouvernance de l'entreprise	02.10.2019 Cours du jour	4h	
	RSE et Social - Agir sur le capital humain de l'entreprise	09.10.2019 Cours du jour	4h	
	RSE et Environnement - Développer une politique environnementale efficace	16.10.2019 Cours du jour	4h	
Ressources humaines				
Gestion de la formation	Gestionnaire de formation - Élaborer le cahier des charges d'un projet de formation	18.10.2019 Cours du jour	7h	
Gestion du personnel	Conduire un entretien de recrutement	10.10.2019 Cours du jour	14h	
	Risques psychosociaux - Mieux prévenir, mieux gérer pour mieux travailler	21.10.2019 Cours du jour	21h	
	Gestion des ressources humaines - Approfondissement	24.10.2019 Cours du jour	67h	
Comptabilité				
Comptabilité générale	Comptabilité générale - Fondamentaux	08.10.2019 Cours du soir	32h	
	Comptabilité et finances pour cadres et dirigeants	04.11.2019 Cours du jour	21h	
	Comptabilité générale - Cours accéléré	07.11.2019 Cours du jour	8h	
Contrôle de gestion	Planification budgétaire et financière	18.10.2019 Cours du soir	7h	
Droit				
Droit des sociétés	Droit des sociétés - Fondamentaux	05.11.2019 Cours du soir	27h	
	Company law - Fundamentals	05.11.2019 Cours du soir	27h	
Droit du travail	Immigration et droit du travail	04.10.2019 Cours du jour	4h	
	Labour law - Fundamentals	08.11.2019 Cours du soir	27h	
Fiscalité				
Fiscalité des entreprises	Transfer Pricing in Luxembourg	15.10.2019 Cours du jour	8h	
	Fiscalité internationale - Mécanismes des conventions fiscales	14.11.2019 Cours du jour	9h	
Fiscalité générale	Fiscalité luxembourgeoise - cours accéléré	11.10.2019 Cours du jour	8h	
Informatique				
Développement web	Construire un site Internet performant pour son entreprise avec WordPress	07.11.2019 Cours du jour	14h	
Outils bureautiques	Excel 2013/2016 - Fondamentaux	14.10.2019 Cours du jour	14h	
	Macros VBA dans Excel - Fondamentaux	06.11.2019 Cours du jour	21h	
Marketing & Ventes				
Marketing numérique	Utiliser les réseaux sociaux à des fins commerciales	03.10.2019 Cours du jour	8h	
	Médias sociaux et outils numériques - Cycle d'ateliers pratiques	08.10.2019 Cours du jour	35h	
Relation client et approches commerciales	Adopter l'écoute active pour capter les besoins du client	10.10.2019 Cours du jour	7h	
Techniques de vente	Application des techniques de vente	23.10.2019 Cours du jour	28h	

Sécurité & Santé au travail				
Travailleur désigné en matière de sécurité et de santé au travail	Formation en matière de sécurité pour le personnel des crèches ou foyers de jour - Prévention de panique en cas d'alarme	10.10.2019 Cours du jour	3h	
	Burn-out - Quel rôle et quelle implication pour le travailleur désigné ?	17.10.2019 Cours du jour	16h	
	Recommandations de prévention de l'Association d'assurance accident (AAA)	21.10.2019 Cours du jour	3h	
Assurances				
Candidats agents - sous-courtiers	Assurances au Luxembourg - Formation pour les candidats agents et sous-courtiers (parcours certifiant)	09.10.2019 Certifications	42h	
Banques				
Digital Banking	General Data Protection Regulation (GDPR) - Leveraging Data	05.11.2019 Cours du jour	4h	
	Digital Future of Wealth Management and Private Banking	14.11.2019 Cours du jour	4h	
Opérations Back-Office	Back-Office - Managing Operations	01.10.2019 Cours du jour	8h	
	Introduction to SWIFT in the Securities Market	10.10.2019 Cours du jour	8h	
Fonds d'investissement				
Funds	PRIIPS - An introduction	03.10.2019 Cours du jour	4h	
Funds	Hedge Funds - Fundamentals	08.11.2019 Cours du jour	8h	
Introduction au secteur des fonds d'investissement	Investment Funds - SWIFT: ISO 20022 Message	11.10.2019 Cours du jour	8h	
Commerce				
E-commerce et vente sur site	E-commerce - Lancer son projet de vente en ligne	15.10.2019 Certifications	43h	
Construction, Ingénierie & Architecture				
Techniques et logiciels de la construction	Ponts thermiques - Calcul par les logiciels Flixo Energy Plus et Lesosaï	24.10.2019 Cours du jour	8h	
	ITC thermographie - Niveau 1	11.11.2019 Cours du jour	40h	
	BIM - Bases	26.09.2019 23.10.2019 28.11.2019 Cours du jour	7h	
Horeca				
Hygiène dans le secteur Horeca	Hygiène alimentaire pour le personnel de cuisine des crèches ou foyers de jour	08.10.2019 Cours du jour	7h	
	Nettoyage et désinfection	08.10.2019 Cours du jour	4h	
	Mise en place de l'HACCP dans les établissements alimentaires dont l'Horeca - Approfondissement	07.11.2019 Cours du jour	16h	
Immobilier				
	Fiscalité de l'immobilier - Sociétés commerciales	19.11.2019 Cours du jour	8h	
	La responsabilité des constructeurs - Délais de prescription et d'action	02.12.2019 Cours du jour	6h	
Développement Personnel				
Améliorer l'accueil clients	Schwierige Telefonate erfolgreich führen	09.10.2019 Cours du jour	7h	
Améliorer l'organisation de son travail	Réussir ses réunions	12.11.2019 Cours du jour	7h	
Améliorer sa communication écrite et orale	Writing effectively at work	10.10.2019 Cours du jour	8h	
Améliorer son bien-être au travail	Selbst-, Zeit- und Stressmanagement	29.10.2019 Cours du jour	14h	



INDEX

1, 2, 3

Gzero1 **58**

A, B, C

Aach Nathalie **16**
Ackermann Charles-Louis **36**
Action **12**
Adient Luxembourg Holding **44**
ADL Automotive **86**
Administration de l'environnement **36**
Aiva - Artificial Intelligence Virtual Artist **44**
Allianz **9**
Ambassade du Luxembourg à Bruxelles **76**
Anna et Paul **10**
APATEQ **22, 24**
Apollonia **58**
ArcelorMittal **18, 44**
Arend Nico **9**
Arendt & Medernach **86**
ArianeSoft **20**
Artemis Productions **14**
Arval **12**
Aspirin **74**
Auchan **82**
Automobile Club **86**
AZ Electronic Materials Luxembourg **44**
Babysits **20**
Balance Film **14**
Bank of China (Luxembourg) **14**
Banque et caisse d'épargne de l'État (BCEE) **36**
Banque internationale à Luxembourg (BIL) **14**
Bätzing-Lichtenthäler Sabine **66**
Bausch François **66**
Bayer **74**
Bayer Co. **74**
Berthelot Sébastien **86**
Bettel Xavier **20**
Bianciotto Sébastien **73**
Bibliothèque nationale **30**
BIOG-Molkerei **10**
Borders **12**
Boulangier **82**
Bourse de Luxembourg **86**
Bovier Thierry **73**
Brasserie des Jardins **10**
Brasserie Nationale **9**
Brasseur Pascal **18**
Bubble Wrap **74**
Buck Nicolas **32, 36**
Business Club Belgium-Luxembourg **76**
Camping Auf Kengert **16**
Camprilux **16**
Cancillier Michel **44**
Cargolux **16**
CB Insights **24**
CCSS **70**
Centre commercial Belle Etoile **16**

Centre commercial City Concorde **16**
CERT gouvernemental (GOVCERT.LU) **36**
CFL **14, 24**
Chambre de Commerce **32, 34, 44, 62, 66, 76**
Chambre des Métiers **32, 34**
CHAMP Cargosystems **22**
ChapStick **74**
Choury Amal **94**
Ciments Luxembourgeois **94**
clc **36**
Clorox **74**
Club de Rome **62**
Cluster 4 Logistics **42**
Coene Jean-Pierre **22**
Comité international olympique **44**
Concept Factory **18**
Costco **82**
Cottin Mathieu **22**
Coulon Véronique **70**
Croix-Rouge luxembourgeoise **12**
Curiel **58**

D, E, F

Darty **82**
David Bernard **73**
de Courcel Amélie **18**
Delles Lex **32, 34**
Deloitte **86**
Deloitte Tax & Consulting Luxembourg **34**
Delphi International **44**
Desbois **44**
Detaillé Michèle **36**
Dieschbourg Carole **32**
Digital Devotion Group (DDG) **42**
Doghouse Films **14**
Domaine L&R Kox **14**
DreamQuark **22**
Dutartre Rémy **73**
Dyckerhoff **94**
École Privée Marie-Consolatrice **32**
Elisabeth **58**
Eurobéton **94**
Euronext **42**
Europa Donna Luxembourg **32**
European Commission **42**
European Investment Bank (EIB) **40**
European Space Agency (ESA) **40**
Facebook **82, 90**
Fedil **36**
Fedil ICT **94**
A&NN Investments **24**
e-Kenz **94**
Union luxembourgeoise de l'économie sociale et solidaire **58**
Fischbach Carlo **9**
Fischbach Laurent **9**
Fnac **82**
Fondation Ellen MacArthur **62**
Fondation Robert Krieps **38**

Formose Maitlys **73**
Frieden Luc **34, 66**
Frigidaire **44**
Frisbee **74**
Funck-Bricher **9**

G, H, I, J

Galerie Adrian Ibanez **16**
Gérard Gilles **90**
GFG Alliance **18**
Global Footprint Network **62**
Google- **82**
Gramegna Pierre **42**
Groupe Steffen **8**
Guichet unique PME **32**
Habte Paulos Eyobe **14**
Hassid Olivier **73**
Helloweb **77**
Her Royal Highness Victoria, Crown Princess of Sweden **24**
Hertz Rodolphe **16**
His Royal Highness, Prince Félix of Luxembourg **24**
HLD Europe **22**
Hofstede Insights **22**
Horesca **70**
House of Entrepreneurship **30, 32, 34, 58, 72, 78**
House of Startups (HoST) **42**
IEE International Electronic &B Engineering **44**
IMD **70**
INDR **32**
Information and Press Service (SIP) **40**
Inowai **12**
Inspection du travail et des mines **70**
Instagram **82**
Institut de la propriété intellectuelle Luxembourg - IPIL **44**
Inter-C **14**
Invest Finance **12**
Istace Vinciane **34**
Jacobs Marc **22**
Jardin des papillons **58**
Johnson & Johnson **74**
Jonk Entrepreneurs **30, 32**
Junior Achievement Worldwide **30**

K, L, M, N

Kayser Jan **73**
Kihn Pierre **73**
Kleenex **44, 74**
Klein Jerry **26**
Klett Kinderbuch **14**
Koepp François **70**
Koropachinskiy Yuriy **24**
Kox Corinne **14**
KPMG **9, 22**
Krecké Jeannot **42**
Kriibskrank Kanner **32**

Dans cet index sont reprises les entreprises et les **personnalités** citées dans ce magazine.

Kronospan **12**
Lafont François 122
Laidebeur Olivier 73
Lambert Arnaud 22
 Legitech **73**
 Lego **74**
 Lënster Lycée **12**
 Leonardo S.p.A. **42**
Leroy Dominique 20
 Les Arches Métropole **12**
 LHoFT (Luxembourg House of Financial Technology) **9**
 Liberty Steel **18**
 LinkedIn **82, 90**
 LIST **44**
 LU-CIX **28**
 Lux Décor Peinture **70**
 Luxair **22**
 Luxaviation Group **14**
 Luxembourg Art Week **16**
 Luxembourg Chamber of Commerce **42**
 Luxembourg Convention Bureau G.I.E. **122**
 Luxembourg House of Financial Technology (LHoFT) **22**
 Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) **40, 72**
 Luxembourg Patent Co **44**
 Luxembourg Space Agency **40, 42**
 Luxfactory **82**
 Luxlait **90**
 Lycée technique de Bonnevoie **32**
 Lycée technique de Lallange **32**
Mac Lloyd Daniel 24
Magitterri Daniel 20
 Maisons Loginter **9**
Maroko Rébecca 18
Massard Caroline 10
Mathieu René 22
 MAUR Film **14**
Menweg Thomas 10
Michael N. Cohen 74
 Microsoft **94**
 Milka **44**
 Ministère de l'Agriculture **90**
 Ministère de l'Économie **16, 34, 72**
 Ministère de l'Environnement **70, 90**
 Ministère de l'Environnement,
 du Climat et du Développement durable **32, 72**
 Ministère des Classes moyennes **32, 34**
 Ministère des Classes moyennes et du Tourisme **34**
 Ministry of the Economy of Luxembourg **42**
 Minusines **14**
 Moovee **86**
 Moovee Clean **86**
 Moulins de Kleinbettingen **36**
Mouraire David 14
 Mu Design **82**
Mulac Valentine 73
Muller Jean 36
Muller Vivien 82
 My Roots **22**
 N. Arend & C. Fischbach **9**
 National Institute for Statistics

and Economic Studies (Statec) **40**
 Nations unies **76**
 Nexfin **16**
 NorthStar Earth & Space **40**
 nyuko **58**

O, P, Q, R, S

OCDE **44, 62**
 OCSIAI **24**
 ODJ – Luxembourg Export Credit Agency **82**
 Office Benelux de la propriété intellectuelle – OBPI **44**
 Office de l'Union européenne
 pour la propriété intellectuelle – EUIPO **44**
 Office européen des brevets – OEB **44**
 OKO **9**
 Organisation des Nations unies **62**
 Organisation mondiale de la
 propriété intellectuelle – OMPI **44**
 OTAN **76**
 Ouni **18**
 Payconiq **12**
Pins eLfy 77
 Pinterest **82**
Polmans Steven 22
Prins Duke 12
 Proximus Groupe **20**
 Proxy Delhaize **18**
 PwC **14, 34**
 Quai Steffen **8**
Quazzotti Serge 44
Raidt Gerda 14
 Rail Freight Forward **24**
Rehlinger Anke 66
 Rollerblade **74**
 RTL **86**
 SACEM **44**
Sanjeev Gupta 18
 SAP **94**
 Saturn **82**
 Say It **30**
Schiltz Jean-Louis 36
Schintgen Karin 42
Schneider Étienne 12, 40, 42
Scholte Sebastiaan 22
Scholtus Frédéric 34
Schott Hanna 14
Scuto Denis 38
 Sealed Air **74**
Silenchuk Pavel 10
 Sinclair **18**
 SNCI **32**
 Société luxembourgeoise de téléphonie **20**
 Société nationale de crédit et d'investissement **30**
 Soroptimistes du Luxembourg **38**
 Spire Global **40**
 Starbucks **78**
 STATEC **62, 66, 76**

Steffen Franck 8
 Supermiro **77**
 Syndicat intercommunal du canton de Redange **58**

T, U

Tango **20**
 Tapis Hertz **16**
 Tarkett Luxembourg **44**
 Technoport **82**
 Telindus **20**
 Telkëa Group **20**
 Tetra Pak **90**
 Thales **42**
 Thales Alenia Space **42**
 The International Air Cargo Association (TIACA) **22**
Thelen Carlo 32, 34, 42
 Thermos **44**
 Tipp-Ex **44**
Toeffer Ariane 58
 Tokeny Solutions **22, 42**
 TomTom **62**
 Tralux Construction **86**
 Tree Top **20**
 TrickStudio Lutterbeck **14**
 Twitter **82**
 UEL **32, 34**
Ulrich Frédérique 28
 Union économique belgo-luxembourgeoise **76**
 United Drug Co **74**
 Université du Luxembourg **30, 86**
 Urbain Pierre **14**

V, W, X, X, Z

Valorlux asbl **36**
Van Soldt Peter 20
 Velcro **74**
 Victorine **18**
 Villeroy & Boch **22**
von Bonkewitz Tatjana 22
Wagner Gerry 12
 Walmart **82**
Welter Alain 24
 Wham-O **74**
Willems Mario 22
Witry Pierre 10
Wurth Michel 36
 Xerox **74**
 XIEON Networks **44**
 XYlem IP Management **44**
 Yolande Coop **58**
 Youth & Work **58**
 YouTube **82**
Zev Siegl 78

MERKUR

Septembre | Octobre 2019

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 Trouillez -

marie-helene.trouillez@cc.lu

Hannah Ekberg - hannah.ekberg@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, Matthieu Freund-Priacel,

Shi Na, Philo Seung, Zhang Ran

Huawei, Samsung Innovation Museum

LT10, LU-CIX, Asteroid Day

CONCEPTION GRAPHIQUE

DU POSTER

A3 COM / 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

Internet: www.maisonmoderne.com

RÉGIE PUBLICITAIRE

Maison Moderne

DIRECTEUR ASSOCIÉ

Francis Gasparotto (-301)

SALES MANAGER

MAGAZINES ET GUIDES

Virginie Laurent (-322)

ASSISTANTE COMMERCIALE

Céline Bayle (-303)

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 novembre 2019

DATE LIMITE D'ENVOI

DE MATÉRIEL POUR

LA PROCHAINE ÉDITION

14 octobre 2019

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 2019 – 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





COMED

Our ambition: making your business take off!

Are you aiming for the stars with your startup? Do you wish to explore new markets? Do you dream of Captain Kirk's leadership qualities? Whatever your ambition our teams are there to advise and support you.

CHAMBER OF COMMERCE Tel: (+352) 42 3939-1 | chamcom@cc.lu | www.cc.lu



Your partner for success

LUXEMBOURG BUSINESS EVENTS, DES ENJEUX ET DES OPPORTUNITÉS

Avec 1.000 milliards d'euros de dépenses directes et 1,5 milliard de participants dans le monde, l'envergure de l'industrie des événements professionnels est colossale, de même que les enjeux ont considérablement évolué et grandi ces dernières années.

L'industrie des événements professionnels est très riche en retombées financières directes par séjour et par client : un participant dépense entre 2,5 et 3 fois plus qu'un touriste de loisirs.

La tenue de manifestations internationales constitue un vecteur d'attractivité, un moteur de la puissance économique, technologique, scientifique et culturelle, et contribue au rayonnement des filières d'excellence et d'avenir du territoire et au développement de l'économie.

Une concurrence exacerbée s'est mise en place à travers le monde, chaque destination se bat pour continuer à attirer des événements lui permettant de valoriser son attractivité, mettre en vitrine son savoir-faire, attirer les investisseurs, stimuler la création d'entreprises, de nouveaux talents, de nouveaux savoir-faire – étudiants, doctorants, mais aussi startups, laboratoires de recherche, etc. L'accueil de congrès constitue un véritable enjeu économique pour une destination comme le Luxembourg.

Pour pérenniser son importance, l'industrie des événements professionnels va devoir faire face à 4 défis :

● Premier défi : consommer autrement

Notre industrie est fortement polluante : déplacements nombreux et lointains, structures éphémères, nombreux déchets... Sans tarder, notre filière doit impérativement s'adapter à ces changements et proposer des solutions en rapport avec les exigences d'un environnement durable.



● Deuxième défi : repenser la transmission de l'information

Aidé par la technologie, poussé par l'idée d'un parcours plus individualisé, le monde des *business events* devra garder son sens initial : celui de la rencontre et de l'échange, qui met l'humain au centre de ses préoccupations. Aujourd'hui, les technologies transforment le secteur des réunions et des événements, rendant les expériences des réunions plus immersives et captivantes, tout en augmentant la capacité des organisateurs de réunions à atteindre leurs objectifs.

● Troisième défi : combiner les technologies

Les technologies transforment nos vies : la robotique, l'intelligence artificielle (IA), les biotechnologies et la *blockchain*. Pour l'instant, ces technologies sont assez peu mises en œuvre dans notre industrie, mais 48 % des organisateurs envisagent d'utiliser la réalité virtuelle dans leurs futurs meetings à l'échéance... d'un an.

● Quatrième défi : réussir l'inclusion sociale

La palette d'emplois générée par notre secteur est non délocalisable, et constitue une source de savoir-faire à tout niveau, des emplois très qualifiés dans l'organisation, la gestion, les techniques audiovisuelles, l'informatique, la restauration et l'accueil... Il existe aussi un

grand nombre d'emplois non qualifiés, mais vitaux pour la réalisation d'un événement. Nous devons accentuer la professionnalisation du personnel et chasser l'image d'emplois provisoires des métiers de notre secteur. Il s'agira d'ouvrir de plus en plus les événements au grand public et à la médiation scientifique et technique.

Je crois en l'humain et aux capacités de créer ensemble, au désir de relever les défis et de dépasser les nombreuses difficultés quotidiennes pour envisager ensemble un avenir durable. C'est ensemble, avec tous les acteurs économiques, scientifiques, diplomatiques ainsi que les professionnels du secteur, que nous accueillerons davantage de congrès d'une importance stratégique pour le Luxembourg.

Depuis mon entrée en fonction le 11 juin dernier, j'ai eu le plaisir de rencontrer un certain nombre d'acteurs du monde économique et *business events* au Luxembourg, rencontres qui m'ont confirmé par leur teneur et leur ambiance amicale que le Luxembourg est définitivement une terre de rencontre, d'échange et de dialogue. ●

François Lafont

CEO

Luxembourg Convention Bureau G.I.E.



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

Acceptez des paiements via smartphone et smartwatch directement sur votre terminal

Tous nos terminaux de paiement au Luxembourg sont en mesure de traiter rapidement et en toute sécurité des transactions réalisées via les principales méthodes de paiement mobile basées sur des cartes.

Pour en savoir plus sur les paiements via smartphone ou smartwatch sur nos terminaux, rendez-vous sur : six-payment-services.com/paiements-mobiles

worldline.com
six-payment-services.com