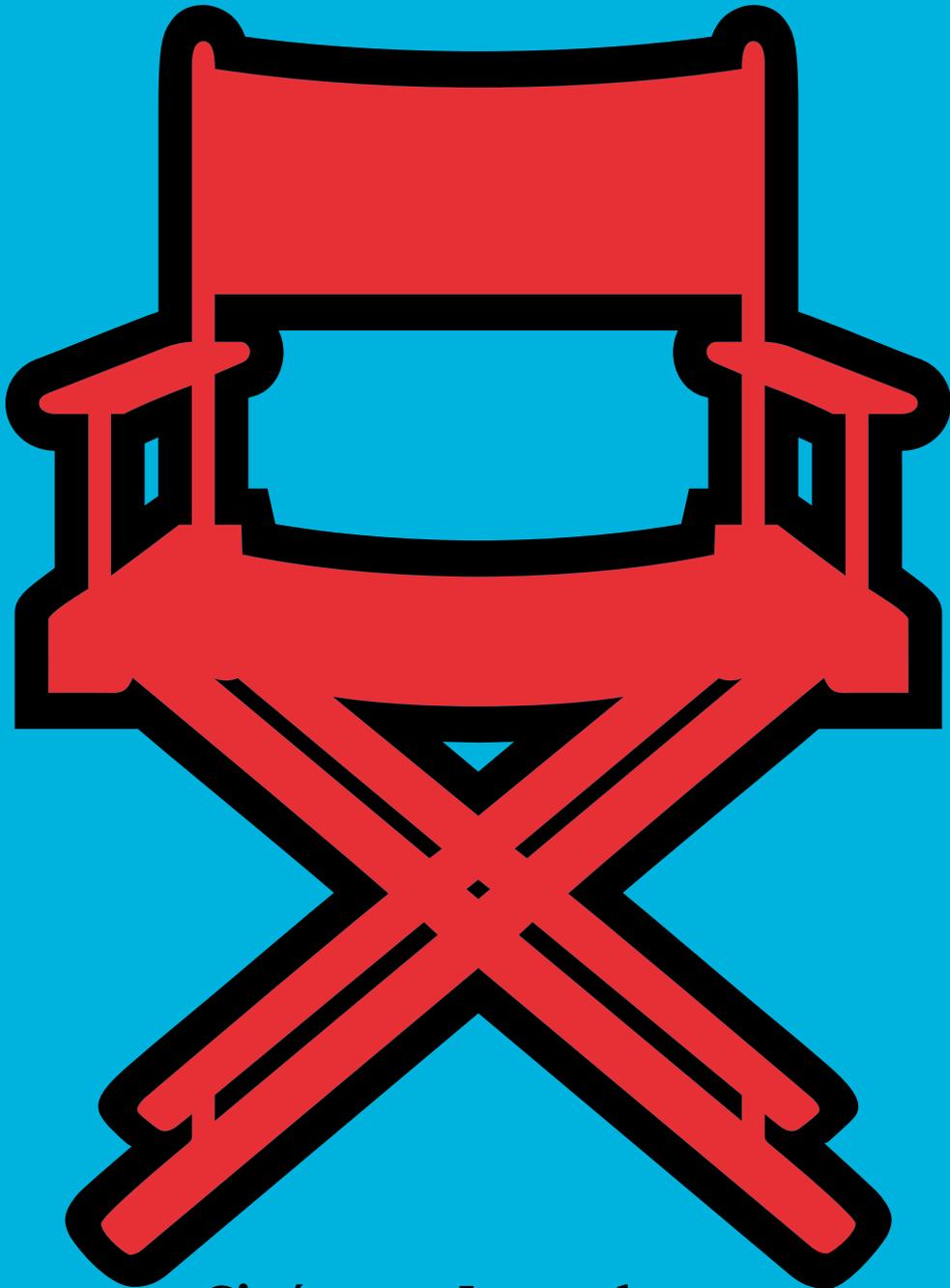


MERKUR

Magazine de la Chambre de Commerce du Luxembourg

Janvier | Février 2015



Cinéma au Luxembourg
Le petit acteur devenu star

Sans leasing financier, votre entreprise aura du mal à s'équiper.

Équiper son entreprise comme il se doit, c'est facile avec les solutions de leasing de la BIL.

- Un **financement à 100% de vos équipements**, pour éviter de puiser dans vos fonds propres.
- Un **loyer fixe** pendant toute la durée du contrat.
- L'**étalement des charges financières** sur la durée de vie économique de l'investissement.
- La possibilité de **déductibilité totale des loyers**.
- La possibilité de **recupérer la TVA**.
- La possibilité de profiter d'**aides étatiques**.

Que vous soyez un professionnel libéral, un responsable de PME ou un institutionnel, nos offres de leasing sont adaptées à vos besoins.

Investissez autrement dans votre entreprise.

Rendez-vous dans votre agence BIL, sur www.bil.com ou appelez le 4590-2942.

Vous avant tout

Retrouvez-nous sur   

Frais de dossier offerts
jusqu'au
31/01/2015

BIL
1856

BANQUE
INTERNATIONALE
À LUXEMBOURG



ÉDITO

SURPRENDRE NOS LECTEURS

Comment regagner l'attention d'un lecteur que vous savez distrait par l'abondance des sources d'information disponibles ou - pire - perdu par le manque d'attrait de votre magazine ? Vous tenez la réponse dans vos mains ! Un *Merkur* entièrement repensé avec l'objectif de vous surprendre. En changeant tout ou presque. La forme tout d'abord, avec une nouvelle maquette, des rubriques clairement structurées, une mise en page tout en sobriété, une impression plus qualitative et une taille légèrement réduite (de 3 cm en hauteur), qui - combinée à une périodicité désormais bimestrielle - fera chuter de plusieurs tonnes notre consommation annuelle de papier.



Simplicité et clarté sont les mots d'ordre qui ont guidé la refonte du *Merkur*.



En changeant la ligne éditoriale ensuite. À côté des deux mots d'ordre « simplicité » et « clarté », c'est la maxime : « Les entreprises et les entrepreneurs d'abord ! » qui a guidé le réagencement des rubriques. La vie des entreprises sera désormais traitée en début de magazine, suivie de l'actualité du monde

institutionnel, du monde donc qui encadre - au sens large - l'activité économique.

Puis, en accordant une place bien plus importante aux femmes et aux hommes - chef(fe)s d'entreprises et autres décideurs économiques - qui par leurs idées, leur courage et leur persévérance, font tourner les entreprises et donc l'économie et contribuent par ce biais à la prospérité du pays tout entier. Les rubriques « Grand entretien », « Start-up », « Success story » ou encore « Visite d'entreprise » donneront désormais la parole prioritairement à celles et ceux qui font l'actualité économique au Luxembourg... et ailleurs, puisque le *Merkur* ouvre ses pages à l'actualité économique hors Luxembourg. Une évidence dans un monde qui se dit globalisé et dans lequel les décisions qui sont appliquées au Luxembourg sont bien souvent préparées et prises à l'étranger. Autre nouveauté : la rubrique « Carte blanche », qui offrira régulièrement à une personnalité du monde économique ou politique l'occasion de vous adresser un message qui lui tient à cœur ou qui - plus prosaïquement - lui pèse sur l'estomac. Rendez-vous à la page 130 pour découvrir le nom du premier à s'être prêté au jeu.

Point de *Merkur* sans coverstory. La première, nous la souhaitons haute en couleurs. Projecteurs donc sur un secteur d'activité luxembourgeois, qui, malgré son jeune âge, peut déjà prétendre avoir atteint la maturité, avec de beaux,

de très beaux résultats à l'affiche et un avenir devant lui qui s'annonce des plus radieux : l'industrie du cinéma. Toujours au rayon innovation, un poster résumant les « facts & figures » du dossier du mois. Nous n'en dirons pas plus et vous laissons le soin de découvrir par vous-même le ballon d'essai d'une série qui - nous l'espérons - couvrira bientôt les murs des bureaux du pays.

Sachez aussi que la newsletter de la Chambre de Commerce, tout comme sa chaîne vidéo sur internet, ont adopté les noms de « Merkur Newsletter » et « MerkurTV », faisant de la marque « Merkur » le fer de lance de la communication grand public de la Chambre de Commerce.

Merci enfin à toutes celles et ceux qui ont soutenu et activement collaboré à cette nouvelle formule : l'assemblée plénière et la direction de la Chambre de Commerce pour leur confiance et soutien indéfectibles, les nombreux contributeurs externes pour leur estimée collaboration, l'équipe éditoriale interne pour son enthousiasme, les photographes pour leurs images magnifiques, notre nouveau partenaire Maison Moderne pour l'expérience, les conseils et le savoir-faire précieux qu'ils ont su apporter au projet et les annonceurs sans qui le *Merkur*, comme tout autre magazine, ne saurait exister.

Bonne lecture et bonnes fêtes de fin d'année ! ●

Patrick Ernzer,
Rédacteur en chef

MERKUR

Janvier | Février 2015

8 - 24

NEWS 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 - 44

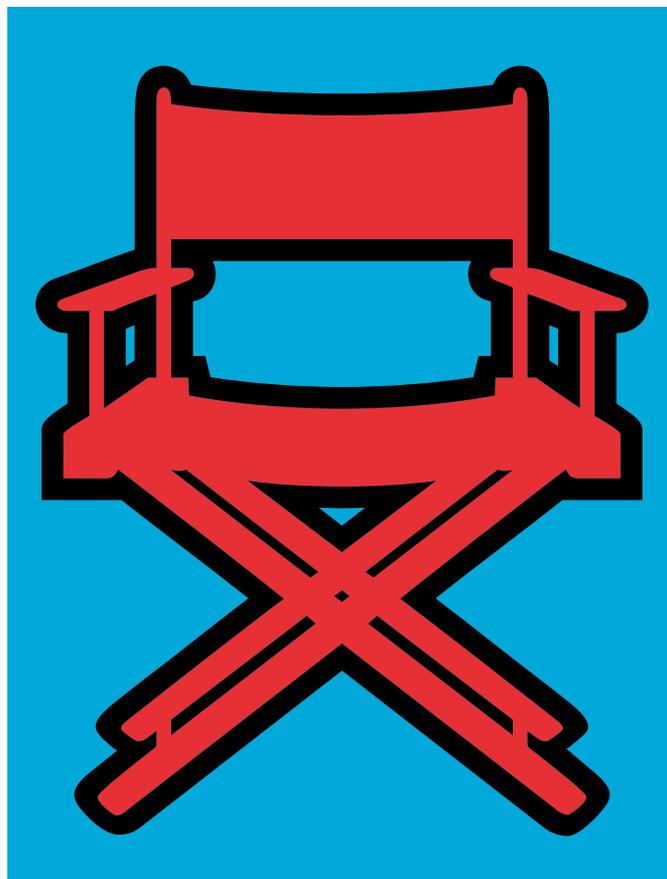
NEWS Institutions

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



46 - 58

DOSSIER



CINÉMA AU LUXEMBOURG : LE PETIT ACTEUR DEVENU STAR

L'industrie cinématographique luxembourgeoise a connu une évolution fulgurante. Elle est aujourd'hui présentée à l'étranger comme un exemple éclatant

de la réussite et de la diversité économique du pays. Analyse d'une *success story* dont le scénario continue d'être truffé de multiples rebondissements.

60 - 76

ÉCONOMIE

AVIS BUDGÉTAIRE 2015

En route vers des finances publiques soutenables ?

ENQUÊTE EURO- CHAMBRES 2015

Entre éclaircie et grisaille.

BMW WANTS TO BE LIKE APPLE

Reimagining how cars are sold.

78

CHIFFRE DU MOIS

ÉDUCATION

Taux de redoublement inquiétant.

80 - 82 IDEA

IDÉE DU MOIS N° 5

10 résolutions pour la Culture.

NATION BRANDING

Retour sur la première Matinale Idea.

84 - 93 GRAND ENTRETIEN



MICHEL WURTH
**« MON PLUS GRAND REGRET
 EST QUE NOUS NE SOMMES
 TOUJOURS PAS PARVENUS
 À RÉDUIRE LE CHÔMAGE »**

Figure emblématique de l'économie luxembourgeoise, Michel Wurth, reconduit pour la troisième fois à la présidence de la Chambre de Commerce, est bien décidé à continuer son engagement pour l'économie et le monde des entreprises luxembourgeoises.



ROBERT DE NIRO
**"IT'S KIND OF FUN TO
 CREATE A PLACE YOU
 WOULD LIKE TO BE AT"**

We all know his movies and his famous lines. And then there's De Niro the traveler and entrepreneur, which many people don't know about.

98 - 101 SUCCESS STORY



CYRIL MARCHIOL
 Tsumé, concepteur / fabricant de statuettes issues de mangas.



JULIEN FRIEDERICH
 City Mov', première expérience de *car&bike sharing* au Luxembourg.

94 - 96 START-UP



FRANÇOIS GASPARD
**TADAWEB: UN
 OUTIL DE VEILLE
 ÉTONNANT**
 TaDaweb est un logiciel de veille créé en 2011 par une start-up luxembourgeoise du même nom. L'outil, né d'une frustration de son créateur lors de ses recherches sur internet, se caractérise par une grande richesse de fonctionnalités et une technologie puissante. TaDaweb comprend une équipe cosmopolite de neuf personnes venant de Belgique, de France et de Nouvelle-Zélande et jouit déjà d'une réputation enviable.

102 - 105 VISITE ENTREPRISE

**ACCUMALUX
 GROUP**
 L'équipementier automobile est devenu une référence internationale pour la fourniture de batteries et de produits en matière thermoplastique injectée.

**CAMPING
 FUUSSEKAUL**
 Niché en plein cœur du Parc naturel de la Haute-Sûre, le camping Fuussekaul est presque un village où les idées innovantes ne manquent pas.

106 - 120 RETOUR EN IMAGES

106 - 107
PHOTO DU MOIS
 LE PRÉSIDENT ALLEMAND
 JOACHIM GAUCK À LA CHAMBRE
 DE COMMERCE

108
SME WEEK

110
LABEL ESR

112 - 113
WIRTSCHAFTSKONFERENZ

114 - 115
MISSION CORÉE DU SUD / JAPON

116
EXPOREAL 2014

118 - 120
**LA CHAMBRE DE COMMERCE
 À L'ÉCOUTE DU NORD**

122 - 125
AGENDA

130
CARTE BLANCHE
 ÉTIENNE SCHNEIDER



MODERNISER NOTRE COMMUNICATION, MODERNISER NOS SERVICES !

Le lancement de la nouvelle formule du *Merkur* clôt, du moins provisoirement, un important travail de modernisation de la politique de communication de la Chambre de Commerce, qui après le lancement d'un blog économique (www.carlothelen.lu), d'une chaîne vidéo sur internet (www.merkur-tv.lu), d'un portail d'information sur la vie des sociétés luxembourgeoises (www.merkur.lu), la refonte de son site web (www.cc.lu) et le lancement d'une nouvelle newsletter hebdomadaire en janvier 2015, dispose aujourd'hui d'un impressionnant

arsenal d'outils de communication pour aborder l'avenir avec confiance et assurance.

L'effort de modernisation ne se limite cependant pas à la politique de communication, mais touche l'action toute entière de la Chambre de Commerce. Lorsqu'en janvier dernier, j'ai eu le grand honneur de me voir accorder la confiance de l'assemblée plénière pour diriger au quotidien la plus importante chambre professionnelle du pays, l'une de mes premières décisions fut de réserver chaque semaine une plage dans mon agenda pour visiter nos entreprises membres. Aller - souvent accompagné par mes collègues du comité de direction - sur le terrain pour mieux comprendre les préoccupations, soucis et vécus quotidiens des dirigeants d'entreprises a été une bonne décision, car ces rencontres sont toujours éducatives, uniques, enrichissantes et surtout essentielles pour m'aider à mieux cadrer l'action de la Chambre de Commerce au bénéfice de nos membres.

La stratégie 2020 de la Chambre de Commerce retient comme objectif prioritaire d'être le premier interlocuteur des entreprises, du gouvernement, de l'UEL et des autres organisations professionnelles. Cela sous-entend que la Chambre de Commerce agit aussi en prestataire de services. En 2014, cette double ambition a inspiré de nombreuses actions nouvelles, comme le lancement du laboratoire d'idées IDEA, qui a très vite trouvé ses marques et atteint un rythme de croisière qui force le respect, alimentant le débat socio-économique indispensable à tout avancement d'une société. Ou, en matière de formation continue, le lancement de la House of Training. En réunissant les offres de leurs organismes de formation respectifs, l'ABBL et la Chambre de Commerce

ont marqué un premier pas important vers une grande maison de la formation du patronat.

Tant d'autres actions nouvelles ont pu être introduites avec grand succès en matière de promotion de l'esprit d'entreprise, de création, de développement ou encore d'internationalisation des entreprises. Toutes les citer ferait exploser le *wordcount* strict imposé désormais pour les contributions au *Merkur*. Je m'efforcerai donc de donner l'exemple en respectant les consignes dictées par un magazine moderne, mais je ne saurais terminer ce billet sans partager quelques réflexions sur la future collaboration avec la Chambre des Métiers.

Le gouvernement a invité les deux chambres professionnelles à étudier la possibilité de création d'une unique grande « Chambre de l'Économie ». À y réfléchir, un tel exercice pourrait bénéficier à terme à l'ensemble des entreprises luxembourgeoises, à condition évidemment que l'objectif ultime du rapprochement entre les deux institutions soit l'amélioration de l'environnement concurrentiel et des services proposés aux PME, qui constituent non seulement la très grande majorité des membres affiliés à la Chambre de Commerce et à la Chambre des Métiers, mais qui - faut-il le rappeler - sont l'armature même de notre économie.

Avec les membres de l'Assemblée plénière et tout son personnel, la Chambre de Commerce poursuivra en 2015 les actions de modernisation et les efforts d'optimisation de ses services aux entreprises et aux PME luxembourgeoises, dans l'intérêt du développement de notre économie et par conséquent de la société luxembourgeoise. ●

Carlo Thelen
Directeur général
Chambre de Commerce

Assurez votre capital humain, le plus précieux de votre entreprise




Votre assurance Vie Groupe

Foyer, véritable partenaire de votre entreprise, vous propose sa gamme de solutions et de services pour la mise en place d'un régime complémentaire de pension. Nous construisons pour vous des solutions sur mesure adaptées à votre politique salariale et modulées au gré des besoins complémentaires d'épargne et de prévoyance de vos salariés.

Avec **advantis**, votre entreprise est unique. www.advantis.lu



Einfach fir lech do



01.



02.



03.

01. De nombreuses personnalités se sont retrouvées autour de la famille Ernster pour célébrer les 125 ans de la librairie-papeterie.

02. Le Cercle Cité a accueilli les festivités marquant l'anniversaire.

03. Lors de son discours, Ferdinand Ernster a tenu à souligner les origines familiales de l'entreprise.

LIBRAIRIE ERNSTER

125 FOIS SUR LE MÉTIER, REMETTEZ VOTRE OUVRAGE...

Texte : Patrick Ernzer - Photos : Eric Chenal

Au fil de quatre générations, la Librairie Ernster a su rester aux mains d'une même famille. Pour fêter son 125^e anniversaire, la librairie-papeterie avait invité le Tout-Luxembourg au Cercle Cité.

De nombreuses personnalités du monde politique, économique et culturel ont fait le déplacement pour souffler, avec Ferdinand Ernster, les 125 bougies de cette librairie de tradition. Dans son allocution, ce dernier a tenu à souligner les origines familiales de l'entreprise, en rappelant qu'une telle réussite ne pouvait être l'œuvre ou le mérite d'une seule personne, mais qu'il aura fallu la passion et l'engagement de quatre générations pour lui permettre de se positionner aujourd'hui comme l'un des principaux acteurs sur le marché luxembourgeois du livre.

C'est l'arrière-grand-père de Ferdinand Ernster, Pierre Ernster, qui ouvrit en 1889 la première librairie à son nom au centre-ville. L'emplacement de la librairie rue du Fossé avait été choisi pour son positionnement stratégique, non loin de l'Athénée, lycée qui, à l'époque, se trouvait dans l'immeuble actuel de la Bibliothèque nationale. Si la librairie Ernster du centre-ville n'a plus changé d'adresse depuis cette date, la bâtisse d'origine, elle, fut entièrement rénovée en 1971. Depuis cette date, la librairie a gardé la même configuration.

Pierre Ernster dirigea l'entreprise familiale jusqu'en 1917, date à laquelle son fils Ferdinand reprit les rênes. À sa mort prématurée en 1939, ce fut au tour de sa femme, Claire, la grand-mère de Ferdinand, de reprendre le flambeau. Pen-

dant la guerre, la décision de Claire d'exposer en vitrine le livre *L'Idiot* de l'écrivain russe Fiodor Dostoïevski à côté du portrait - à l'époque obligatoire - d'Adolf Hitler lui valut quelques difficultés avec l'occupant allemand. Cela n'empêchera pas Claire de diriger l'affaire familiale jusqu'en 1957, année où le père de Ferdinand Ernster, Pit Ernster, prit à son tour les commandes de l'entreprise. Pit Ernster a marqué, lui aussi, de son empreinte le développement de l'entreprise. En 1971, c'est lui qui lance la rénovation de l'immeuble rue du Fossé et en 1981, il ouvre une papeterie à quelques pas de la librairie.

En 1984, Ferdinand Ernster rejoint l'entreprise familiale et donne encore un nouveau souffle à l'affaire familiale. En 1988, une première filiale voit le jour dans le centre commercial Belle Etoile. Annick, l'épouse de Ferdinand, rallie l'entreprise en 1991. Les activités de la librairie prennent encore de l'ampleur avec l'ouverture de la librairie pour enfants, Erny Ernster, à la Belle Etoile en 1997, l'ouverture d'une nouvelle filiale au centre commercial Concorde en 1999, la restauration et modernisation du magasin du centre-ville en 2002, l'ouverture d'un deuxième point de vente Erny Ernster rue de la Reine et un magasin à Esch-sur-Alzette (2009), ainsi que la création d'une filiale dans le magasin Cactus de Bascharage (2013). Depuis 2014, la librairie Ernster fournit également les livres vendus dans la chaîne K Kiosk. 125 ans après sa création, l'entreprise familiale ne cesse de bouillonner d'idées et de travailler sur de grands projets. Le dernier en date étant la refonte intégrale de sa présence sur le web. ●

ZEILT PRODUCTION

LE TALENT S'EXPORTE BIEN

L'agence de communication Y&R New York, préparant une campagne pour le compte du New York Organ Donor Network (NYODN), a fait appel au talent de Laurent Witz (productions).

Texte : Catherine Moisy

Comment toucher le cœur des New-Yorkais en 90 secondes ? Pour répondre à cette question, Y&R New York a eu l'idée de commander un film d'animation à Laurent Witz, remarqué pour son Oscar remporté en 2014 avec le court métrage *Mr Hublot*. Dans le film *Long live New York*, la ville, à bout de souffle, s'écroule petit à petit dans un climat post-apocalyptique. Les habitants rassemblent les morceaux d'équipements urbains cassés, panneaux de signalisation, plaques d'égouts, horloges, tous typiques de la ville et véritables symboles de New York. Avec ces éléments épars, ils forment un immense cœur à l'esthétique steampunk. Lorsque celui-ci est



complet, il se met à battre, à communiquer son énergie à la cité, ce qui la ressuscite. Le film, après une campagne d'affichage teasing, a été largement diffusé sur les réseaux sociaux, profitant à plein de l'effet viral du net.

« Ce fut un véritable honneur pour moi de travailler sur ce film, commente Laurent Witz. J'ai voulu m'impliquer dans ce projet car je pense que le don d'organes est une cause merveilleuse. J'ai été frappé par l'urgence et l'ampleur du besoin à New York. Mon espoir est que ce film touche les New-Yorkais, réveille des émotions et crée l'étincelle nécessaire pour s'inscrire comme donneur d'organe et sauver des vies. » ●



GOODYEAR

Avec supplément riz

Depuis plus de deux ans, Goodyear teste dans son Centre d'innovation (Akron, USA) les propriétés de la silice issue du recyclage de déchets de riz (ou balles de riz) pour entrer dans la composition de la gomme des pneumatiques. Ces tests ont montré que la silice ainsi obtenue assurait aux pneumatiques les mêmes performances que la silice traditionnelle. Celle-ci, mélangée au caoutchouc des pneus,

augmente leur solidité et diminue la résistance au roulement, ce qui permet de diminuer la consommation de carburant du véhicule. La silice améliore également la motricité du pneu sur route mouillée. Les balles de riz, auparavant éliminées en décharge, connaissent aujourd'hui une deuxième vie en entrant dans la composition des pneumatiques à haute efficacité énergétique de Goodyear. ●

IEE

25 ans d'innovations

IEE commercialise des systèmes de sécurité basés sur la détection de présence. Ses produits sont destinés à l'automobile, à la sécurisation d'immeubles ou encore aux secteurs de la santé ou du sport. En 25 ans, 240 millions de véhicules ont reçu des équipements de sécurité sortis des usines IEE.

L'importance accordée à la recherche et au développement est à la base du succès mondial d'IEE. 10 % des 1.900 employés (Europe, Asie et États-Unis) sont en effet impliqués quotidiennement dans des processus d'innovation. Chaque salarié peut soumettre des idées dans le cadre d'un concours annuel. Michel Witte, PDG d'IEE, a salué l'engagement et le professionnalisme de tous ceux ayant contribué à cette réussite depuis 25 ans. ●

BRÈVES



CITY CONCORDE

Hifi International se réinvente

Le magasin Hifi International City Concorde, entièrement repensé (mobiliers, couleurs et nouveau concept de vente Touch & Feel), propose une gamme complète et inaugure un rayon électroménager.

ELVINGER, HOSS & PRUSSEN 50 bougies

Pionnier des cabinets d'affaires à Luxembourg, Elvinger, Hoss & Prussen a contribué au développement de la place financière. Les effectifs de l'étude ont plus que doublé ces 10 dernières années pour atteindre 260 membres, dont 30 associés de six nationalités différentes.

SALES-LENTZ

Menu en 14 services

Le site internet sales-lentz.lu, disponible en français et en allemand, a été entièrement recentré autour des besoins de quatre cibles : individuel, groupe, éducation et entreprise. Ces onglets et un questionnaire à tiroirs mènent l'utilisateur directement vers l'offre de transport qui lui est destinée, parmi les 14 services existants.



01.

IMPRIMERIE

FABER SOUFFLE 100 BOUGIES

Collaborateurs, fournisseurs, clients, quelque 300 personnes ont célébré le premier siècle d'existence de l'Imprimerie Faber. Un anniversaire remarquable car centenaire, mais également parce que l'entreprise a su garder une âme familiale tout au long de ces années.

Texte: Corinne Briault - Photos: Imprimerie Faber

Installée depuis 1914 à Mersch, où se trouve toujours son site de production, l'Imprimerie Faber, du nom de son fondateur François Faber, n'a cessé d'investir pour être aujourd'hui à la pointe de l'innovation. Les générations – l'entreprise est restée dans le même giron familial depuis un siècle – qui se sont succédé ont toujours su garder une « longueur » d'avance sur les technologies de ce secteur de l'imprimerie. Un secteur qui, depuis 500 ans, a connu une évolution sans précédent.

Allant de l'impression *offset* à l'impression digitale, des applications mobiles, de la dorure à chaud au timbrage à sec, de la rédaction à la mise en page, Faber propose une gamme complète de produits imprimés et de services nouveaux médias pour une variété infinie de supports. Les 100 collaborateurs du groupe luxembourgeois (10 employés à ses débuts) innovent sans cesse pour répondre aux nouvelles attentes du marché.

Dans cet esprit est créée en 2007 Faber Digital Solutions. À ses débuts, cette filiale de

l'imprimerie propose essentiellement des services d'impression digitale à destination des professionnels du secteur financier.

Quelques années plus tard, Faber Digital Solutions poursuit son évolution afin d'adresser les besoins générés par le web mobile et la communication cross-médias. Applications tablettes et smartphones, e-mailing et e-publishing viennent élargir le portefeuille de produits et services du groupe.

Les avancées technologiques qui influencent le secteur de l'impression ne sont pas toujours issues du monde de la communication. L'imprimerie vit en ce moment même une période charnière de son évolution : le développement de l'impression 3D. Faber considère cette nouvelle technologie comme une véritable opportunité et vient de se lancer dans ce nouveau domaine d'activité avec



02.

01. L'Imprimerie Faber dans les années 50.

02. Yves Jeanbaptiste, directeur général.

un partenaire. L'entreprise de Mersch désire vulgariser cette technologie pour la rendre accessible et utile à tous.

Faber regarde vers l'avenir avec sérénité et de nouvelles perspectives. « À l'heure du numérique, notre avenir réside dans la complémentarité de l'impression traditionnelle et des nouvelles technologies. Notre métier doit s'orienter vers les services qui apportent une valeur ajoutée à nos clients et qui intègrent l'ensemble des techniques de production et de diffusion de l'information. Tel est l'objectif que le groupe Faber désire atteindre d'ici deux à trois ans », explique Yves Jeanbaptiste, directeur général de l'Imprimerie Faber.

L'imprimerie, qui au lendemain de son centenaire d'existence se dit fière de son passé, est consciente de sa faculté d'adaptation : trouver un équilibre subtil entre tradition et modernité, voilà les clés de sa longévité. ●

PARFOIS, L'ENVIE
DE DÉMÉNAGER
VIENT EN TOURNANT
UNE PAGE.

Murat MUTLU



BRÈVES



VILLEROY&BOCH

Ambiance de Noël

Sapin, lumières et bien sûr une magnifique table font partie de la plus belle fête de l'année. Villeroy&Boch revisite les collections aux couleurs et motifs de Noël pour une ambiance de fin d'année féérique.



MONOPRIX

Monop' version Noël

Food, déco, mode, beauté... Monoprix plonge dans l'univers festif et propose toute une sélection de produits pour que la fin de l'année soit aussi magique qu'étrincelante.



NESPRESSO

En mode pop-up

Jusqu'à fin février, les amateurs de capsules grands crus Nespresso peuvent retrouver tous les produits de la marque dans une boutique éphémère installée au centre commercial Belle Etoile à Bertrange.



GAULT&MILLAU BELUX

GILLES GOESS, CHEF « TOQUÉ » DE L'ANNÉE!

Texte : Corinne Briault

Le *Gault&Millau Belux* 2015 a couronné le travail de Gilles Goess, du restaurant De Jangeli à Mondorf-les-Bains, sacré chef de l'année au Luxembourg. Une belle récompense et une suite logique au travail de ce chef qui a su faire évoluer le Jangeli d'une bonne adresse de restaurant d'hôtel à l'une des références gastronomiques du pays. Issu d'une formation culinaire classique, Gilles Goess a fait ses premiers pas au Royal Monceau à Paris en tant que chef de partie. Il rejoint ensuite le chef Marcel Le Faou au Pavillon Henri IV, comme second, puis Guy Legay au Ritz (photo), où dit-il, il apprendra toute « la rigueur et le respect du produit ». En 2007, devenu chef

de l'Hostellerie La Briqueterie à Vinay, il reçoit sa première étoile au *Guide Michelin*. Il officie depuis 2011 au De Jangeli, au cœur du Domaine thermal, épaulé d'une excellente brigade, ce qui lui vaut cette année la note convoitée de 16/20. Note récompensant non seulement un travail culinaire de grande qualité, mais aussi une carte des vins remarquable (élaborée par Dominique Rizzi). Au nombre des nouveautés et évolutions qui ont enrichi l'édition *Gault&Millau Belux* 2015, des entrées à 13/20 pour A Guddesch, Cibo's et la Table De Frank et des recommandations pour Art'monie, Loxalis, New Conficius et Dal Notaro. Dans les évolutions,

La Cristallerie passe de 13 à 15/20, « ce qui souligne la belle qualité de la cuisine d'hôtellerie » pour Philippe Limbourg, directeur du guide, tandis que La Mirabelle et le Patin d'or coiffent également tous les deux une seconde toque. Passent à 14, Becher Gare, Um Plateau, Two6two. L'Ernz Noire, l'Essenza, le Fin Gourmand et le Plëss acquièrent leur première toque. Parmi les 1.070 adresses recensées, Luxembourg peut se targuer d'avoir de grandes tables sur son petit territoire avec trois 18/20 (La Distillerie, Clairefontaine, Mosconi) et trois 17/20 (Favaro, Lea Linster et Ma Langue Sourit), soulignant tout le dynamisme de la gastronomie locale. ●



RESIDENCE SARATOV

Rue Henri VII, au coeur du Limpertsberg, à cinq minutes de marche du centre ville de Luxembourg, une nouvelle résidence moderne est en cours d'achèvement.

La résidence Saratov se compose de 14 appartements et d'un penthouse aux finitions de grande qualité. En juillet 2016, cette nouvelle adresse pourrait bien devenir la vôtre.

Pour plus d'informations, rendez-vous dès aujourd'hui chez IMMO LUXEMBOURG.

Siège 1, Place Winston Churchill,
1340 Luxembourg

Agence 4 rue du Fossé,
1536 Luxembourg Ville

www.immo-luxembourg.lu
info@immo-luxembourg.lu
+352 26 02 29
+352 26 45 93 93

Murat MUTLU



IMMO
LUXEMBOURG

Simply the best

COMMERCE

UN NOUVEAU CACTUS PLANTÉ À BONNEVOIE

Après les quartiers Limpertsberg, Gare et Merl, Cactus Marché a ouvert un nouveau point de vente dans les anciennes installations de la Coopérative de Bonnevoie. Le quatrième Cactus Marché de la ville et le 21^e du pays.

Texte : Corinne Briault - Photos : Laurent Antonelli / Agence Blitz

Une institution a fermé ses portes et c'est une autre qui a repris le flambeau dans le quartier de Bonnevoie. C'est en effet en lieu et place de l'ancienne Coopérative des cheminots que s'est installé le nouveau Cactus Marché, avec la volonté affichée d'investir davantage dans le commerce de proximité. « Pendant 44 ans, vous avez réalisé un travail exemplaire à cet endroit. Des mots comme 'excellent service', 'une grande famille', 'proximité entre clients et personnel' ont été le plus souvent cités quand on a demandé aux gens ce qu'ils appréciaient le plus dans 'leur' Coopérative. Ces mots et ces valeurs se retrouvent également en tête de liste chez Cactus et nous veillerons certainement à les respecter et à les appliquer également ici à Bonnevoie », affirmait Laurent Schonckert, administrateur-directeur de Cactus, en s'adressant lors de l'inauguration officielle à l'ancien directeur de la Coopérative de Bonnevoie.

Quatre millions d'euros d'investissement et sept mois de travaux permettent à ce nouveau Cactus Marché de proposer à la vente 17.000 produits, une offre régionale, avec comme fer de lance les produits Cactus Hausgemaacht, et une offre de produits internationaux reflétant toute la diversité des habitants du quartier, le tout, sur une surface de plus de 1.600 m². La nouvelle enseigne

de Bonnevoie emploie 48 personnes (Cactus s'était engagé à la fermeture de la Coopérative à reprendre les 86 collaborateurs y travaillant). Le magasin a été rénové selon le nouveau « look » des magasins Cactus.

La Coopérative a ainsi subi une sérieuse cure de jouvence avec des vitres extérieures remplacées rue des Gaulois, laissant entrer de la lumière naturelle dans le magasin, des stores intégrés protégeant contre la chaleur. Comme dans tout le réseau Cactus, les cadres promotionnels sont exclusivement équipés de lampes LED réduisant ainsi la consommation d'énergie de moitié, la modernisation de l'éclairage intérieur permettant d'économiser de l'énergie à hauteur de 362.520 kW par an. L'optimisation du système de chauffage et de refroidissement réduit l'énergie consommée par rapport à l'ancienne installation, et l'installation de réfrigérateurs et de congélateurs dernière génération, équipés de portes à triple vitrage, lampes LED et d'une très bonne isolation, offre aussi une économie d'énergie remarquable. Enfin, l'installation d'un nouveau quai de livraison à l'intérieur du bâtiment, côté rue des Gaulois, réduit les nuisances pour les riverains.

Le magasin se concentre désormais sur deux façons de consommer pour la clientèle. Un circuit court, concentré principalement autour d'un point chaud : cafés et croissants



01.

le matin, sandwiches, boissons fraîches, plats chauds (produits de Schnékert Traiteur, saucisses, hamburgers, frites...), produits de la gamme Cactus Fresh à emporter ou à consommer sur place, et un circuit long permettant aux clients de faire les courses de tous les jours de façon « classique ». Un parking gratuit, offrant une soixantaine de places aux visiteurs se trouve sur la toiture du magasin, qui est ouvert 7j/7. Les horaires d'ouverture ont volontairement été étendus pour répondre aux attentes d'une clientèle urbaine avec une ouverture dès 7h30 le matin et une fermeture tardive en soirée (20h).

Une nouvelle page s'écrit ainsi dans l'histoire de Cactus et du quartier. « Le défi auquel nous faisons face est réel : nous voulons satisfaire jour après jour une - ancienne, tout comme notre nouvelle - clientèle, et je suis persuadé que nous réussirons », affirmait encore Laurent Schonckert, lors de la soirée d'inauguration. ●



02.



03.

01. Cactus Marché à Bonnevoie s'est installé dans l'ancienne Coopérative.

02. Laurent Schonckert, administrateur-directeur de Cactus.

03. Le magasin a été aménagé selon le « look » Cactus.

Le nouveau Vito. Il le veut. Il le peut!

À partir de 5,7 litres aux 100 km*.

Le nouveau Vito est hyper motivé. Il ne s'économise pas en terme de puissance, mais en carburant. Avec une efficacité de 5,7 litres aux 100 km, il répond non seulement à ses exigences, mais aussi aux vôtres, car il continue là où d'autres sont obligés d'arrêter. Plus d'informations sur www.mercedes-benz.lu/vito ou dès maintenant chez votre partenaire Mercedes-Benz.

Le nouveau Vito
à partir de:

17.990 € ou 199 €/mois**



A Daimler Brand



Mercedes-Benz
Vans. Born to run.

* Consommation de carburant (mixte) : 6,8-5,7 l/100 km ; émission de CO₂ : 179-149 g/km.

** Exemple de Renting avec acompte : 3.300 € htva, durée 36 mois, kilométrage total 60.000 km, loyers mensuel : 199 €, prix hors TVA. Sous réserve de modification de tarif et d'acceptation du dossier par le comité de crédit de Mercedes-Benz Financial Services BeLux SA, Succursale de Luxembourg, 45, rue de Bouillon à L-1248 Luxembourg, TVA LU16464483 - R.C. Luxbg. B.52140 - Tél. : 40 80 1 400 - E-mail : mbfs-lux@daimler.com, prêteur et partenaire de Mercedes-Benz Luxembourg.

BRÈVES



SODEXO

Nouveau site web

Sodexo Luxembourg a lancé son nouveau site internet www.sodexo.lu. Sodexo y met à l'honneur ses collaborateurs, au cœur de ses services, quotidiennement au contact de ses clients. Le site se veut être le reflet de la culture du service de Sodexo à travers l'innovation et l'excellence dans ses prestations.

ZIDCARD

La plateforme labellisée Made in Luxembourg

Créée en 2011, la plateforme luxembourgeoise propose une solution de recrutement en ligne qui répond à une forte demande en matière de confidentialité des données. Le label remis par la Chambre de Commerce permettra à ZIDCard de renforcer son positionnement à l'international.

KBL EPB

Meilleure banque privée

KBL European Private Bankers (KBL epb), dont le siège se trouve à Luxembourg, a gagné le Prix Best Private Bank in Luxembourg lors des Wealth & Money Management Awards 2014. Le groupe a également reçu le Commitment Award for European Banking récompensant son excellence dans le secteur des services financiers.



PICARD

Première étoile pour le Luxembourg

Avec plus de 40 variétés de légumes sous toutes leurs formes, plus de 20 fruits et salades de fruits, 110 produits de la mer, 140 entrées, 200 plats cuisinés, 80 pâtisseries, plus de 150 glaces et desserts glacés, 20 produits d'épicerie et 200 nouveautés chaque année... Picard est l'une des enseignes de produits surgelés les plus réputées en

Europe. Déjà présente en Italie, Belgique, Suède, France - et au Japon depuis fin 2014 -, l'enseigne à l'étoile a installé un premier point de vente au Grand-Duché en octobre dernier. Réveiller les papilles, faire voyager, retrouver l'authenticité des saveurs, Picard s'attache toujours à proposer découvertes et plaisirs gustatifs, le tout en suivant une charte qualité appliquant des principes de précaution intrinsèques et avec un rapport qualité-prix inégalé. ●

SHINE A LIGHT

Et la lumière fut

Shine a light, créée par Stéphane Pualetto, a pris ses quartiers à Clausen. Shine a light se positionne comme une agence conseil en communication événementielle spécialisée dans la conception, la mise en scène et la production d'événements. Pour une offre complète de services B2B, Shine s'ouvre aux bureaux d'architectes, aux institutions ainsi qu'aux sites culturels et historiques. Après avoir passé sept ans chez Binsfeld à développer le pôle communication événementielle, Stéphane Pualetto a décidé de se lancer un nouveau défi en créant Shine a light. Il a débuté sa carrière il y a 14 ans chez Potel et Chabot à Paris où il a développé des projets sur mesure pour des entreprises prestigieuses et de grandes agences événementielles. ●

CODIPRO

COMMANDES SIGNÉES GRÂCE À UNE MISSION ÉCONOMIQUE

La société récolte les fruits d'une mission économique et financière emmenée par la Chambre de Commerce avec plusieurs commandes par de grands distributeurs sud-américains.

Il y a un an, Codipro (Groupe ALIPA) participait, avec une dizaine d'entreprises luxembourgeoises, à une mission économique et financière en Colombie et au Pérou. Pendant cinq jours, ces entreprises ont pris part à des rencontres B2B et des séminaires économiques orchestrés par la Chambre de Commerce luxembourgeoise, Luxembourg for Finance et l'Association luxembourgeoise des fonds d'investissements (Alfi).

Sébastien Deblire, technico-commercial de Codipro, a entamé des négociations lors de la mission, qui ont débouché sur des commandes d'anneaux de levage articulés permettant de soulever des charges de 300 kg à 15 t.



« Après avoir établi un premier contact avec ces sociétés, j'ai bénéficié sur place de l'élan de la mission économique et j'ai pu donner des formations techniques sur nos anneaux de levage articulés. Les négociations se sont ensuite poursuivies avec les dirigeants. »

Plus de 50 rendez-vous d'affaires avec des entreprises locales étaient organisés pour les entrepreneurs luxembourgeois durant cette mission. Quelque 80 représentants d'entreprises locales ont assisté aux présentations de l'économie luxembourgeoise et de sa place financière. Pour Codipro, d'autres rendez-vous sont programmés début 2015 avec ces sociétés sud-américaines pour consolider les collaborations. ●



ÉDITION

LE BEL ÂGE DE MAISON MODERNE

Chez Maison Moderne, 2014 fera date. 20 ans, c'est le bel âge, entre jeunesse et maturité ; la vie devant soi pour envisager encore toutes les idées et les faire passer de l'imagination à la réalité.

Texte : Catherine Moisy - Photos : Maison Moderne

L'anniversaire d'une entreprise de presse et d'édition a quelque chose de spécial par rapport à d'autres jubilés d'entreprises. Certes, c'est toujours l'occasion de souligner une réussite s'inscrivant dans la durée. Mais ici, il s'agit des 20 ans d'un témoin privilégié de l'actualité. Ouvrir la boîte à souvenirs se révèle riche en découvertes ou redécouvertes. Maison Moderne, s'appuyant sur son savoir-faire d'éditeur, rassemble tout cela dans un livre-somme de 2,2kg et 512 pages. Pages au fil desquelles une partie *corporate* fait l'inventaire indispensable des marques de la Maison, mais où l'on trouve aussi une galerie de portraits, choisis parmi les si nombreuses rencontres qui font le sel du métier de

journaliste, des citations, un incontournable historique qui ne cache pas les échecs rencontrés sous la nappe de la fête... et une pensée enfin pour les plus de 1.000 personnes ayant un jour collaboré aux différents titres et aventures lancés par Maison Moderne. De nombreux témoignages photographiques et textuels éclairent les différentes époques traversées, car il se trouve que ces 20 ans-là correspondent à une véritable mutation de la société luxembourgeoise. Bref, de quoi occuper ses soirées d'hiver et y revenir souvent.

L'histoire de Maison Moderne est déjà entrée dans « l'après-20 ans », avec un Mike Koedinger qui croit plus que jamais à la pérennité de la presse écrite,

pour ce qu'elle apporte de supplément de réflexion et de confort de lecture par rapport à tous ses concurrents numériques. Même la newsletter Maison est maintenant proposée en version « print » pour laisser le choix du mode de « consommation » à son lecteur. Le lectorat étant composé pour beaucoup de personnes passant leur journée sur écran, on comprend l'envie de pouvoir apprécier un moment de calme pour lire autrement l'actualité économique et politique du pays. Pour Mike Koedinger c'est de toute façon la qualité du journalisme qui garantira un avenir à la presse écrite.

Sa vision, en quelques morceaux choisis :

• **Sur ce qu'est Maison Moderne :** « Maison Moderne est la première entreprise média indépendante du Luxembourg. C'est d'abord un éditeur de presse magazine spécialisé dans l'édition de contenu de qualité, avec un mode de distribution multicanal qui vise des marchés de niche et des communautés bien identifiées. »

• **Sur l'utilisation quasi exclusive du français pour**



01.



02.

01. Happy Inventory, ces 20 ans qui ont du poids.

02: Explorator: c'est par lui que tout a commencé.

les publications de Maison Moderne : « Le français est tout simplement la première langue véhiculaire au Luxembourg. Pour un éditeur indépendant qui doit être rentable pour exister, la question ne se pose pas vraiment. [...] Il s'agit du seul média qui ne s'adresse pas seulement à l'électorat luxembourgeois, mais à tous les résidents et aussi aux frontaliers. Avec le français, nous touchons déjà le plus grand nombre. Nous avons également ajouté l'anglais pour toucher en plus la communauté 'expat' de la place financière et de l'économie digitale. »

• **Sur la ligne éditoriale :** « Nous sommes indépendants, nous sommes aussi business friendly, sans pour autant être naïfs, et nous portons aussi un regard critique sur ce qui se fait au Luxembourg. »

• **Sur l'avenir :** « Nous continuerons à créer du contenu pour des communautés, tout en gardant un regard pour l'ensemble. Et nous continuerons à proposer aux marques-annonceurs de les mettre en relation avec ces communautés. [...] Maison Moderne sera toujours précurseur et prescripteur. » ●

BRÈVES



COMMERCE

+1 pour Join

Join a ouvert un nouvel « Experience Centre » à la Belle Etoile à Bertrange. L'opérateur propose désormais un accès internet fixe à ultra-haut débit sans abonnement téléphonique obligatoire.

SERVICES

MNKS fête ses 10 ans

Le cabinet d'avocats compte aujourd'hui huit départements, incluant le droit des nouvelles technologies. Partenaire de plusieurs cabinets anglo-saxons, MNKS est sollicité pour traiter les aspects luxembourgeois de certains dossiers. Son chiffre d'affaires a plus que triplé en 10 ans.

**SECRETS
of WAR**

AUDIOVISUEL

Un prix pour Tarantula

Le film *Secrets of War* de Dennis Bots, coproduit par la société luxembourgeoise Tarantula, a gagné le Prix spécial du jury au Netherlands Film Festival. Il sortira au Luxembourg début 2015.

ÉNERGIE

**ENOVOS CHOISIT
ESCH-SUR-ALZETTE**

Le 16 octobre 2014, le Groupe Enovos a inauguré son nouveau siège social à Esch-sur-Alzette. En pleine nature mais proche du centre-ville, le nouveau bâtiment présente une architecture qui réussit le lien entre histoire ancienne et vocation moderne du lieu.

Le nouveau bâtiment (7.900 m²) permet à plus de 300 collaborateurs d'Enovos Luxembourg SA, d'Enovos International SA et de Leo SA d'être rassemblés sous un même toit, au sein d'un environnement vert qui suggère une certaine quiétude.

Les valeurs énoncées par le slogan du groupe : « Energy for

today. Caring for tomorrow. » se retrouvent dans les critères environnementaux et de qualité du nouvel immeuble.

L'ancien bâtiment d'Enovos International et la nouvelle construction sont reliés par un couloir lumineux et accueillant qui abrite un *coffee-lounge*. Grâce à l'architecture

du bâtiment, Enovos souhaite renforcer le sentiment d'appartenance au groupe et offrir un cadre de travail ouvert et moderne à ses collaborateurs. L'atelier d'architecture et de design Jim Clemes, basé à Esch-sur-Alzette, a répondu à ces exigences. Le nouvel environnement de travail encourage la communication et la collaboration entre collègues. Il est basé sur le principe des quatre zones (lieu de travail, d'échange, de retrait et de pause), afin d'optimiser la performance et le bien-être de chacun. Le concept visuel est inspiré de cinq éléments clés : l'air, l'eau, les énergies renouvelables, le soleil et la chaleur. ●

**PLACE FINANCIÈRE
PwC s'installe au Ban
de Gasperich**

Le 21 octobre 2014, les 2.500 collaborateurs de PwC Luxembourg ont investi leur nouveau bâtiment, baptisé Crystal Park. Novateur tant par les technologies que par la conception des espaces de travail, le nouveau siège de la firme veut être un condensé d'innovation et de convivialité. Sur une superficie de 30.000 m² (répartie sur cinq étages

et un rez-de-chaussée), le bâtiment réunit sur un même site l'ensemble des employés de PwC Luxembourg, offrant ainsi plus de synergie et de transversalité. Le bien-être au travail a également été pensé avec notamment l'intégration d'une salle de sport, d'un bar et d'un restaurant d'entreprise et un auditorium ultramoderne de près de 200 places, dédié à la formation des collaborateurs et des clients de la firme. ●

NOUVEAU CITROËN JUMPER

GRAND PRO



 **OFFRE FRESH GPS**
AIRCO ET GPS INTÉGRÉ DE SÉRIE

NOUVEAU CITROËN JUMPER
28 L1H1 2.2 HDi110 BVM6 FRESH GPS
à pd **15.700€ HTVA⁽¹⁾**

TOUTES REMISES DÉDUITES, Y COMPRIS PRIME CONDITIONNELLE ECO TECH⁽²⁾.

Plus sobre, plus robuste, plus économique... Que de plus pour le nouveau CITROËN Jumper !
Le plus grand utilitaire de la gamme CITROËN vous permet une multitude de combinaisons avec ses 4 longueurs et 3 hauteurs disponibles. Et quel espace : jusqu'à 17 m³ et 2 tonnes de charge utile ! Tout cela en toute sécurité avec son système de contrôle de vitesse en descente et son option de contrôle de traction intelligent.



CITROËN

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

CITROËN préfère **TOTAL**  **DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.** Informations environnementales : citroen.lu

(1) Prix HTVA (hors frais de contrôle technique et d'immatriculation), toutes remises déduites, y compris la prime conditionnelle Eco Tech⁽²⁾. (2) CITROËN reprend votre ancien véhicule pour 1400€ HTVA à l'achat d'un nouvel utilitaire CITROËN Jumper. Le véhicule doit être complet et immatriculé depuis au moins 6 mois au nom de l'acheteur du nouveau véhicule. Les offres (1) et (2) sont sous conditions, valables du 01/12/2014 au 31/12/2014 et réservées aux professionnels. Plus d'informations sur citroen.lu ou chez nous.

ETOILE GARAGE
L- 2557 LUXEMBOURG
Tél. : 40 22 66 - 1

CLERBAUT AUTOMOBILES
L- 5481 WORMELDANGE
Tél. : 76 82 65

GARAGE NEUGEBAUER
L- 8422 STEINFORT
Tél. : 39 00 39

ETOILE GARAGE
L- 3515 DUDELANGE
Tél. : 51 91 90

CLERBAUT AUTOMOBILES
L- 5750 FRISANGE
Tél. : 23 60 60

GARAGE J. LEYDER
L- 8509 REDANGE-SUR-ATTEERT
Tél. : 23 62 39 - 1

ETOILE GARAGE
L- 4026 ESCH-SUR-ALZETTE
Tél. : 55 01 55

GARAGE INTINI
L- 8080 BERTRANGE
Tél. : 45 64 45

GARAGE STROTZ
L- 9559 WILTZ
Tél. : 26 95 02 47

ETOILE GARAGE
L- 7540 ROLLINGEN/ MERSCH
Tél. : 26 32 63

www.etoilegarage.lu

 facebook.com/etoilegarage

BRÈVES



ÉNERGIE

Creos se rationalise

La société Creos a regroupé ses infrastructures du nord du pays dans un tout nouveau centre régional/ateliers de plus de 15.000m² situé à Roost. 230 personnes travaillent aujourd'hui sur ce site ultra-moderne, inauguré le 7 novembre par Francine Closener (photo).

AUTOMOBILE

ALD Automotive (re)certifié

Le leader du leasing et de la gestion de parc automobile s'est vu renouveler sa certification ISO 9001:2008 après deux jours d'audit et sa labellisation RSE. Avec ces certification et label, ALD réaffirme son engagement à se développer dans le respect des droits humains, sociaux et environnementaux.

CEGECOM

Connexion durable

Cegecom, opérateur alternatif de télécommunications, vient de fêter ses 15 ans. Depuis 1999 il fournit des solutions internet, voix et connectivité à une clientèle de PME, grands groupes et administrations. Avec 160 collaborateurs et 1.500 km de réseau fibre optique propriétaire, Cegecom, labellisé « made in Luxembourg », va bientôt aborder le marché du cloud.



DISTRIBUTION AUTOMOBILE

Rêve américain chez Autopolis

Autopolis est le distributeur exclusif au Luxembourg de deux marques emblématiques de l'américain Chevrolet, Corvette et Camaro. Suite au retrait de Chevrolet du marché européen en 2013, Cadillac, dont Autopolis est le dealer exclusif depuis 2005 pour le Luxembourg, a en effet annoncé qu'il assurerait la distribution de ces deux modèles en Europe, avec ses propres

partenaires distributeurs. Pour l'occasion le « showroom des américaines » d'Autopolis a été remanié, réorganisé et modernisé. L'équipe dédiée aux américaines depuis 2005 reste inchangée et pourra désormais vendre avec la même passion Cadillac, Corvette et Camaro. Dans un autre domaine, Autopolis vient de se voir attribuer le prix « Fleet Dealer Customer Service » par un jury de 88 professionnels et utilisateurs. ●

DIGICASH

Facilités de paiement

Après leur adoption par Foyer, la Ville de Luxembourg, Tango, Orange ou encore la Ville d'Esch-sur-Alzette, les codes QR Digicash sont aujourd'hui présents sur près de 60 % des factures émises par les assureurs, fournisseurs de téléphonie, d'énergie ou par les administrations communales au Luxembourg. Pour les consommateurs, le produit, disponible sous forme d'une application pour smartphone, est pratique et rapide. Pour les émetteurs de factures, il garantit une réconciliation aisée entre facture et règlement et des délais de paiement réduits. Après la BCCE, Post Luxembourg et la Bil, BGL BNP Paribas sera la quatrième banque de détail à proposer la solution Digicash, début 2015. ●

AGROALIMENTAIRE

ROSPORT AU GALOP

En cette fin d'année 2014, Sources Rosport SA, PME au capital 100 % luxembourgeois, annonce un ensemble de nouveautés qui préparent l'entreprise à entrer au galop dans son avenir.

D'abord un nouveau design, harmonisé, pour la gamme des bouteilles en verre, co-créé avec des consommateurs fans de la marque. Le résultat est un look résolument moderne pour les bouteilles et les étiquettes ainsi qu'une offre optimisée autour de trois contenances (25 cl, 50 cl et 1 L). Cette nouvelle ligne alimente les circuits de distribution depuis le mois de décembre 2014. Le consommateur va bénéficier d'une plus grande proximité avec la marque par l'intermédiaire d'un tout nouveau site internet (www.rosportlife.com), au ton lifestyle et aux contenus dédiés à la culture, à la nature, au sport... sans oublier le bien-être et la cuisine. Le site sera régulièrement alimenté par une dizaine de contributeurs utilisant une large palette de modes d'expression : textes en français, allemand, luxembourgeois et anglais, photos, vidéos, illustrations... le tout se voulant le reflet du multiculturalisme du Luxembourg, avec l'ambition de faire découvrir aux internautes un pays, ses richesses et son style.



Parmi les autres nouveautés annoncées par la marque au cheval, on peut citer une nouvelle ligne de production et un agrandissement de l'usine de Rosport, de nouvelles bouteilles en plastique et de nouveaux casiers très respectueux de l'environnement, et une nouvelle campagne publicitaire pour asseoir la légende. ●



Vous **créez** ou **gérez** une entreprise au Luxembourg ?

Vous êtes indépendant ou salarié et **à la recherche de réponses** ?



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG



le Guichet Unique du Gouvernement luxembourgeois

NETTOYAGE INDUSTRIEL

TRIPLE ANNIVERSAIRE POUR LE GROUPEMENT FAMILIAL MEYERS

Le 1^{er} octobre 2014, le groupe Meyers (Nettoservice, Netto-recycling et Meyers sàrl) célèbre 50 ans d'activité, en présence de Nicolas Schmit, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire.

Edouard Meyers, père des actuels gérants Mireille, Roland et Fernand Meyers, commence sa carrière dans l'entrepreneuriat avec la création d'Ed. Meyers & Cie sàrl, société active dans la distribution de machines, produits et accessoires pour le nettoyage, l'entretien et l'hygiène. 10 ans plus tard, Nettoservice voit le jour. Au fil des années, l'entreprise diversifie ses compétences pour satisfaire les demandes de ses clients. Ainsi, en 1994, Netto-recycling, spécialisée dans l'archivage et le recyclage des données, est créée.

Avec 1.300 collaborateurs, le groupe fait désormais partie du Top 20 des employeurs du Luxembourg. « Notre personnel est notre principale ressource, c'est pourquoi nous privilégions depuis toujours la formation et la promotion en interne, qui sont les clés de notre succès. Il résulte de notre politique de management une forte ancienneté et un faible turnover », explique Mireille Meyers, administratrice-déléguée. Avec 90 % de personnel féminin, l'entreprise connaît bien les problématiques d'interruption de carrière, d'aménagement du temps de travail et d'égalité des chances. 50 % des postes d'inspecteurs sont occupés par des femmes ayant bénéficié de la promotion interne. « Tous ces éléments contribuent au bien-être de nos collaborateurs, avec un impact positif sur la qualité de nos prestations », ajoute Mireille Meyers.

Le groupe s'efforce en permanence d'utiliser les techniques de nettoyage, d'archivage et de destruction les plus modernes, les plus efficaces et les plus écologiques, ce qui lui a permis d'obtenir la certification qualité ISO 9001 et, au niveau de l'environnement, l'ISO 14001. « Ces normes nous ont permis de revoir nos processus internes afin de mettre en place des actions correctives et préventives, confie Roland Meyers, administrateur-délégué. Dans les années à venir, nous allons continuer à investir dans notre personnel, car ce sont nos collaborateurs qui garantissent des prestations de qualité. Nous allons également continuer à investir dans les innovations afin d'offrir à nos clients un service toujours plus performant. »

TROIS SOCIÉTÉS POUR TROIS EXPERTISES

Meyers sàrl, créée en 1964 et gérée par Fernand Meyers, est spécialisée dans la représentation et la commercialisation de produits, accessoires et machines dans le domaine du nettoyage industriel et privé. Elle propose également la réparation et la location de machines de nettoyage.

Nettoservice, créée en 1974, est spécialisée dans le nettoyage et l'entretien. Elle offre des services de nettoyage régulier (bureaux, écoles,



01.



02.

commerces...), de nettoyage de surfaces vitrées, de tapis et moquettes, de remise en état et de déblayage de la neige en hiver.

Netto-recycling, créée en 1994, est spécialisée dans la destruction de données sensibles sur supports variés : papiers, disques durs, disquettes, bandes et cartes magnétiques, cassettes vidéo, microfilms... Netto-recycling est également spécialiste de l'archivage et de la gestion active des documents et supports de données stockées.

La société est certifiée PSF (certificat professionnel du secteur financier). ●

01. Roland, Mireille et Fernand Meyers (au centre) entourés de membres du personnel.

02. De gauche à droite : Fernand Meyers, Nicolas Schmit, Mireille Meyers, Roland Meyers.

HISTORIQUE

- 1964** : Edouard Meyers fonde Ed. Meyers & Cie
- 1974** : création de Nettoservice
- 1983** : Roland et Mireille Meyers entrent dans l'entreprise
- 1987** : Ed. Meyers & Cie crée son 2^e site à Beidweiler
- 1989** : création des départements Archivage et Destruction de papiers
- 1994** : création de Netto-recycling
- 1997** : la société déménage sur la zone industrielle Breedewues à Senningerberg
- 2011** : utilisation de produits de nettoyage certifiés Ecolabel
- 2012** : certifications ISO 9001 et ISO 14001
- 2014** : le groupement familial Meyers fête ses 50 ans d'activité

FERROKNEPPER BUDERUS SA

LA CHAUDIÈRE DU FUTUR TESTÉE AU LUXEMBOURG

À l'occasion du salon Home and Living, Ferroknepper Buderus SA, filiale luxembourgeoise de Buderus, a présenté sur le stand Enovos une chaudière révolutionnaire, la Logapower FC10.



Développée dans le cadre du programme européen ENFIELD de recherche de solutions pour la production décentralisée d'électricité au sein des habitations, cette

chaudière doit offrir à ses utilisateurs une plus grande indépendance par rapport aux équipements de fourniture d'électricité publics. La technologie innovante utilisée pour cette chaudière permet, en effet, de générer de l'électricité en plus de la chaleur.

Grâce à une collaboration entre Buderus, Enovos, Rollinger Chauffage Sanitaire et Neobuild, deux modèles sont installés au Luxembourg : l'un au sein d'une maison unifamiliale située à Kopstal et l'autre dans le Neobuild Innovation center de

Bettembourg, dans le tout nouveau Living Lab. Ces deux projets pilotes, qui font du Luxembourg un laboratoire en taille réelle, sont destinés à préparer le lancement du produit en 2017. La nouvelle chaudière peut ainsi tester ses arguments : rendement énergétique maximal, fonctionnement silencieux, émissions de CO₂ réduites de 50 % dans une maison individuelle, production d'énergie propriétaire, réduction des factures d'électricité, préservation de l'environnement et installation simple et flexible. ●



TRANSPORT

Création de Luxtram SA

Le 21 octobre 2014, le ministère du Développement durable et des Infrastructures et la Ville de Luxembourg ont signé l'acte notarié créant la société Luxtram SA, coup d'envoi de la phase opérationnelle du projet de tramway. La société anonyme a pour objet la planification, l'élaboration, la réalisation et l'exploitation du tramway. Son premier acte sera l'achat des

rames, dont la première devrait être livrée début 2017.

Au premier semestre 2015, Luxtram SA entamera les travaux de construction du centre de remisage et de maintenance. Le premier rail sera posé au premier trimestre 2016. La mise en service commerciale d'un premier tronçon, entre le circuit de la Foire internationale au Kirchberg et le Pont Grande-Duchesse Charlotte, est prévue pour le second semestre 2017. ●

BRÈVES



PARUTIONS

Chez Promoculture-Larcier

La lutte contre le blanchiment d'argent (Thierry Pouliquen), aux éditions Promoculture-Larcier, compile les normes applicables et présente les dispositifs existants sous un angle pratique.



PARUTIONS

Chez Wolters Kluwer

Introduction à l'évaluation des entreprises et du private equity (Yves Courtois), aux éditions Wolters Kluwer, permet de se familiariser avec l'évaluation d'entreprise et le private equity, par des exemples illustrant les concepts clés.

ASSURANCES

Nouvelle agence Foyer

Olga Sofienko, nouvel agent Foyer, a ouvert son agence au 1, rue du Potager à Luxembourg-Kirchberg. Avec plus de 10 ans d'expérience, Olga Sofienko propose des conseils personnalisés (assurances, prévoyance, épargne) en russe, luxembourgeois, français, anglais et allemand.

ENTREPRENEURIAT

La microfinance pour stimuler l'esprit d'entreprise

La fondation FUSE – Esprit d'entreprise lance la troisième vague de son programme « Coup de pouce », premier microcrédit luxembourgeois pour le soutien de petits projets d'entreprise. Le montant maximal de l'aide s'élève à 5.000 €, accordés pour une durée de deux ans, sans intérêts, pour le financement d'équipements ou d'une garantie locative. Pour faire une demande de « Coup de pouce », il suffit de remplir et de renvoyer le formulaire de candidature, disponible sur le site internet www.eco.lu. Les entrepreneurs retenus seront invités à présenter leur projet. De plus amples informations sont disponibles auprès de l'Espace entreprises de la Chambre de Commerce ou du Contact entreprises de la Chambre des Métiers. ●

BRÈVES



WINDESHAUSEN

Maintenant au City Concorde

Les bijoutiers Windeshausen ouvrent un 2^e magasin au City Concorde à Bertrange. Dans un cadre très moderne et attrayant, la boutique propose un large choix de montres (Anonimo, Bell&Ross, Oris, Hamilton, Ebel), de bijoux chics et tendance.

BGL BNP PARIBAS

Signature digitale en place

BGL BNP Paribas met en place une solution de signature digitale dans ses agences, devenant la 1^{re} banque à Luxembourg à proposer ce service. Au lieu de signer les documents de ses opérations courantes sur papier, le client les signera sur une tablette. Résultat : gain d'efficacité et amélioration de la qualité du service.

VALORLUX ASBL

L'éco-sac a 10 ans!

Lancé en janvier 2004, l'éco-sac visait à éviter le recours aux sacs jetables pour épargner nos ressources naturelles. En 10 ans d'existence, l'éco-sac a permis d'économiser plus de 545 millions de sacs plastiques à usage unique, représentant une économie de plus de 8 millions de litres de pétrole.

FACTORY 4

PLUS QU'UNE SALLE DE SPORT, UN LIEU DE VIE

Avec ses 3.000 m², Factory4 est l'une des plus grandes salles de sport du Luxembourg. Mais bien au-delà d'une salle de sport, Factory4 veut être un véritable lieu de vie.

Installée rue Hogenberg à Luxembourg-ville, Factory4 offre tous les services en un même endroit. On peut s'y restaurer, boire un verre, profiter de l'espace *wellness*... et bien sûr faire du sport. « *Notre concept est de créer un lieu de vie, une communauté autour d'un loisir* », explique Fanny Pimentel, responsable *sales and marketing* de Factory4. Le complexe dispose de machines haut de gamme Life Fitness (tous les appareils sont reliés à internet et permettent de fournir, via leur technologie unique, un entraînement personnalisé), de quatre salles de cours collectifs, dont une dédiée au *spinning*, d'une salle destinée à la boxe et deux autres pour des cours de yoga, stretching, Pilates ou zumba (*zumba toning*, *zumba step*, etc.), une spécificité de Factory4. La large gamme de cours et leur originalité sont une manière



pour l'entreprise de se démarquer. Toutes ces activités sont dispensées par des coaches diplômés et spécialistes dans leur domaine. Le service *personal training* est assuré quant à lui par les coaches de la société Inception Fitness, partenaire de Factory4. Parallèlement aux activités sportives, Factory4 propose un service bar ouvert toute la journée, un service restauration : une formule *take away*, une formule Menu du jour et des soirées *afterwork*. ●



PATRIMOINE

LA BCEE S'OFFRE UN MONUMENT

ArcelorMittal et la Banque et caisse d'épargne de l'État Luxembourg (BCEE) ont signé un protocole d'accord pour la vente du siège social historique d'ArcelorMittal, avenue de la Liberté à Luxembourg-ville. Cet accord avec la BCEE permettra d'assurer un nouvel avenir à ce monument emblématique situé au Rousegärtchen. Construit dans les années 1920, le bâtiment de l'avenue de la Liberté offre une

opportunité unique à la BCEE dans la mesure où il est très proche de son siège social actuel, situé place de Metz au début de l'avenue de la Liberté. La vente devrait être finalisée en ce début d'année 2015. ArcelorMittal a annoncé qu'il envisageait de construire un nouveau siège polyvalent pour le groupe à Luxembourg et est en pourparlers avec le gouvernement pour choisir un emplacement approprié. La société loue actuellement deux bâtiments de bureaux au centre de la ville et à Gasperich. ●

ING

76.000 euros remis aux associations

Décernés en fin d'année, les ING Solidarity Awards 2014 ont été l'occasion de décerner 48 trophées devant un public de 300 personnes, composé aussi bien de membres des associations luxembourgeoises que de représentants du monde de la presse et des affaires. 124 associations ont participé au premier volet pour un « vote online ». Ce volet a recueilli 34.000 votes et 40 associations ont été récompensées chacune par un chèque de 1.000 euros. 78 dossiers ont été introduits pour le volet « vote du jury », qui a, quant à lui, permis à huit associations de se voir remettre un prix dans différentes catégories, allant d'une valeur de 3.000 à 6.000 euros. ●



POST **MediaCloud**

Partenaire pour vos projets médias

- Votre chaîne TV d'entreprise
- Votre catalogue vidéo en ligne
- Streaming sur tout type d'appareil
- Affichage dynamique pour une communication visuelle personnalisée



www.post.lu • 8002 4000



BRÈVES



INTERNATIONAL ROAD UNION Un Luxembourgeois à Genève

Jos Sales, vice-président de la CLC et président de la FLEAA, fait désormais partie de la présidence de l'IRU, association mondiale des exploitants d'autobus, d'autocars, de taxis et de camions, qui a son siège à Genève.

CLC

Conférences TVA

La CLC a tenu deux conférences sur les aspects techniques et juridiques des modifications de TVA prévues à partir du 1^{er} janvier 2015. La première (27/10) a accueilli 285 personnes du secteur du commerce et la seconde (12/11), a répondu aux questions de 300 professionnels des secteurs immobilier et construction. Présentations disponibles sur : www.clc.lu

INTERNATIONAL

Délégation philippine

Le 28 octobre, la Chambre de Commerce a reçu une délégation philippine. Madame Lilia de Lima, directrice générale de PEZA (Philippine Economic Zone Authority) et vice-secrétaire au ministère du Commerce et de l'Industrie, a exposé le potentiel de son pays dans les secteurs informatique, électronique, agroalimentaire, transport, énergies renouvelables et tourisme.

NATION BRANDING

L'IMPORTANCE DE L'ÉTIQUETTE

Le label Made in Luxembourg a tout juste 30 ans. L'occasion de rappeler l'importance de l'origine d'un produit aux yeux des consommateurs et l'avantage concurrentiel que cela procure aux entreprises.

Dans le cadre des Journées création, développement et reprise d'entreprise, la Chambre des Métiers et la Chambre de Commerce ont procédé le 19 novembre dernier à la remise officielle des certificats Label Made in Luxembourg » à 58 entreprises fraîchement labellisées. Octroyé à 435 entreprises luxembourgeoises du secteur de l'artisanat et du commerce depuis son lancement, le label concerne dans une majorité des cas des biens produits au Luxembourg, mais également des prestations de services effectuées depuis le Luxembourg. Les activités des entreprises qui en bénéficient sont très variées, allant de l'artisan produisant ses propres produits agro-alimentaires à l'industriel fabricant des bobines pour machines électriques, en passant

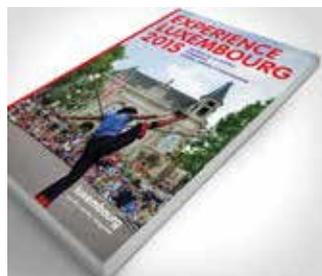


par l'agence de communication ou encore la fiduciaire offrant ses services au Luxembourg.

Le label permet d'informer le consommateur luxembourgeois sur les produits indigènes et de mieux faire connaître les produits nationaux de qualité à l'étranger. La remise du Label Made in Luxembourg est organisée deux fois par an par la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers. Le prochain rendez-vous est d'ores et déjà fixé pour la Foire de printemps 2015. ●

L'information continue

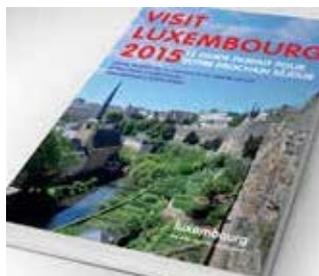
Pour tout renseignement, il existe désormais un site web entièrement dédié : www.made-in-luxembourg.lu



LCTO

Deux nouvelles brochures

Dans le cadre de la promotion de Luxembourg en tant que destination touristique, le Luxembourg City Tourist Office édite deux nouvelles publications annuelles à destination des décideurs *incoming* (tour-opérateurs, agents de voyage, organisateurs de congrès...). *Visit Luxembourg 2015* (en français, anglais, allemand ou néerlandais) reprend toute l'offre touristique



de la capitale ainsi que les excursions dans les quatre régions du Grand-Duché. *Experience Luxembourg 2015* (en français, anglais et allemand) présente Luxembourg comme destination dynamique avec l'art contemporain, la métropole financière et de congrès, la vocation européenne et les espaces verts ainsi que les grands événements et festivals de l'année 2015 et les expositions phares. ●

CHAMBRE DE COMMERCE

Un pont vers la Côte d'Azur

La Chambre de Commerce du Luxembourg, l'ambassade du Luxembourg en France et Team Côte d'Azur ont organisé, le 14 novembre, une conférence sur le thème des opportunités d'affaires Côte d'Azur-Luxembourg, deux territoires reliés par un vol direct quotidien au départ du Findel. L'étendue des pistes de coopération est vaste et pourra être appréciée davantage lors du Forum international Innovative City (Nice, 24-25 juin 2015), événement international majeur dédié aux acteurs de la ville intelligente et durable (TIC, écoconstruction, réseaux intelligents, mobilité, énergies renouvelables, etc.).

Contact :

laurence.sdika@mae.etat.lu ●

SUPERDRECKSKËSCHT

Que faire des véhicules hors d'usage ?

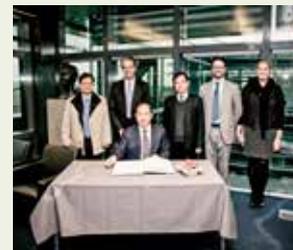
L'élimination des véhicules hors d'usage est réglementée. Les industriels et les distributeurs doivent mettre en place des systèmes de collecte et de démontage, où le propriétaire est tenu de se débarrasser de son véhicule hors d'usage. La SNCA lui délivrera un certificat officiel de destruction. Pour annuler l'immatriculation d'un véhicule, il faut produire un certificat de destruction. Pour bénéficier de la reprise gratuite, le véhicule usagé doit contenir toutes les pièces essentielles. Plus d'informations sur : www.emwelt.lu ou www.sdk.lu ●



ENQUÊTE CLC / DELOITTE
Baisse des intentions de dépenses

La 17^e enquête portant sur les dépenses de fin d'année révèle une baisse des intentions de dépenses. Menée par Deloitte, avec le soutien de la Confédération

luxembourgeoise du commerce, cette étude a analysé le comportement en 2014 de plus de 17.000 consommateurs (dont 600 au Luxembourg) issus de 17 pays européens. Le Grand-Duché occupe la deuxième place des budgets les plus élevés derrière l'Angleterre, mais les intentions d'achat baissent de 12,5 % pour atteindre 665 euros en moyenne par ménage. Les livres se retrouvent en tête des cadeaux plébiscités. Vient ensuite l'argent, puis les parfums et cosmétiques. La progression des achats en ligne est importante : 36 % en 2014 contre 30 % en 2013 et 46 % des Luxembourgeois interrogés déclarent avoir utilisé leur smartphone pour des achats en ligne, contre 32 % en 2013. ●

BRÈVES

VIETNAM
Visite officielle

On November 14, the Chamber of Commerce received a delegation from Vietnam, led by Nguyen Cam Tu, Vice Minister for Trade and Industry of Vietnam. During a joint briefing, Jeannot Erpelding, Director of International Affairs at the Chamber of Commerce and Tom Theobald, Deputy CEO Luxembourg for Finance, discussed bilateral business opportunities.

CRP HENRI TUDOR
Masters en Management

Les 40 participants aux trois masters en Management ont fait leur rentrée. Les Masters ont pour vocation de former des experts partagés entre vie étudiante et vie professionnelle dans les spécialités suivantes : Chaîne Logistique, Qualité et Sécurité des Systèmes d'Information.

ANNIVERSAIRE
Le FSI fête ses cinq ans

Le Fonds de formation sectoriel pour l'intérim a fêté son 5^e anniversaire en présence du ministre, Nicolas Schmit, et de nombreux partenaires institutionnels. Près de 4.400 intérimaires et 1.400 salariés permanents ont bénéficié de formations subventionnées par le FSI.

BUSINESS CLUB LUXEMBURG

BESUCH EINER DEUTSCHEN WIRTSCHAFTS-DELEGATION

Anlässlich der 13. Deutsch-Luxemburgischen Wirtschaftskonferenz in der Handelskammer Luxemburg besuchte der Business Club Luxemburg am 04. und 05. November das Großherzogtum. Mehr als 20 Unternehmensvertreter haben an dem Wirtschaftsprogramm teilgenommen.

Kaum eine Ort vereint stärker das alte und neue Luxemburg: der Besuch bei ArcelorMittal erinnerte nicht nur an die Stahlvergangenheit des Landes sondern zeigte auch, dass das Großherzogtum bis heute Sitz und eine der Produktionsstätten des weltgrößten Stahlkonzerns ist. Unweit von ArcelorMittal, entsteht ein ganz neues Esch-Belval, das Belval der New Economy. Neben klassischem Wohnungsbau siedelt sich hier zukünftig auch die Universität als Teil der „Cité des Sciences“ an. Die Delegation hatte Gelegenheit das Gründungszentrum Technoport zu besuchen,



ein Business-Inkubator und einige Start-up Unternehmen kennenzulernen. Der Besuch des Luxair Cargo Centers und des Luxembourg Freeport standen auch auf dem Programm. Die Delegation hatte auch die Gelegenheit mit einigen Regierungsvertretern von Luxemburg in einen Dialog zu treten und beteiligte sich an einem Workshop zum Thema Nation Branding. ●

Business Club: die deutsche Wirtschaftsdelegation vor der zentralen Wandgestaltung des neuen Freihafens, Le Freeport.



01.

PARTENARIAT CHAMBRE DE COMMERCE – ABBL

HOUSE OF TRAINING : UN NOUVEL ACTEUR DE LA FORMATION CONTINUE

La Chambre de Commerce et l'Association des banques et banquiers du Luxembourg (ABBL) annoncent une coopération renforcée dans le domaine de la formation professionnelle continue. En réunissant les offres de leurs organismes de formation, la LSC et l'IFBL, sous la nouvelle enseigne « House of Training », marquent un premier pas vers une grande maison de la formation du patronat.

Photo : Pierre Guersing

Le marché de la formation professionnelle continue (FPC) au Luxembourg, ouvert et fortement concurrentiel, s'intègre dans un contexte européen de marché unique, de libres prestations de services et d'exigences croissantes en matières de *lifelong learning* et d'assurance qualité.

Si les ressortissants de la Chambre de Commerce et de l'ABBL ont des besoins en formation spécifiques, de nombreux défis liés à la formation professionnelle continue sont communs aux deux organisations. Partant de ce constat, l'idée d'explorer des synergies

en matière de formations transversales (i.e. entrepreneuriat, techniques de management de l'innovation, gestion des ressources humaines, développement personnel...) pour atteindre une masse critique dans le but d'opérer des économies d'échelle et d'offrir une visibilité accrue, a fait son chemin.

L'identité visuelle de la House of Training a pris sa source dans l'idée de portes qui s'ouvrent vers de nouvelles opportunités professionnelles. Les couleurs du logo symbolisent la diversité et la richesse de l'offre. Le slogan « Your

gateway to success », qui accompagne le logo est un gage de qualité et de performance, qui souligne l'ambition de la House of Training. Les offres de formation de la LSC et de l'IFBL continueront à être commercialisées sous leurs propres enseignes, l'emploi d'une marque ombrelle ouvrant la porte à d'éventuels acteurs qui souhaiteraient rejoindre la House of Training. Un site internet commun est accessible sur : www.houseoftraining.lu.

Trois missions centrales, axées sur les valeurs d'excellence, d'innovation et de qualité, ont été arrêtées pour la House of Training : accompagner les entreprises dans la consolidation, le développement et l'anticipation des connaissances et compétences de leurs collaborateurs dans l'optique d'un renforcement de la compétitivité, proposer aux particuliers un soutien dans leur développement personnel et professionnel, encourager l'esprit d'entreprise, et enfin, collaborer avec les acteurs partenaires afin d'agir en tant que plateforme de compétences offrant des formations certifiantes de qualité.

Pour mener à bien ses missions, la House of Training sera organisée par piliers de formations disposant chacun de sa propre commission consultative sectorielle. Dans un premier temps, il en existera une pour les secteurs représentés par l'ABBL et une autre pour les secteurs non bancaires représentés par la Chambre de Commerce.

L'équipe dirigeante prépare activement l'intégration des deux organismes de formation, LSC et IFBL pour 2015 afin de pouvoir lancer en 2016 une structure de formation autonome et juridiquement indépendante.

Le lancement de la House of Training a été l'occasion de présenter les nouveautés. La LSC proposera 27 nouvelles formations, avec les domaines « Ressources humaines » et « Innovation et créativité » en vedettes. Les programmes profiteront aussi d'une diversification linguistique avec l'introduction de cours en langue allemande. La LSC renforce sa collaboration avec Luxinnova-tion, le CRP Henri Tudor et la Chambre des Métiers.

L'offre 2015 pour l'IFBL offre 450 « cours à la carte », structurés en 14 thèmes et 25 programmes certifiants proposés et validés en partenariat avec des associations professionnelles nationales et internationales. Les domaines de formation couvrent le *private banking*, le *retail*, le *corporate banking*, la *compliance*, le *risk management*, les fonds d'investissement, les assurances, les marchés des capitaux, les *back-offices* ou encore les *family offices*. ●



02.



03.

01. De gauche à droite : Serge de Cillia, Michel Wurth, Yves Maas, Muriel Morbé, Fouad Rathle, Werner Eckes, Fernand Ernster, Carlo Thelen et Gérard Eischen.

02. Le catalogue House of Training de la LSC.

03. Le catalogue House of Training de l'IFBL.

Ferro-Tech – Foetz: Le succès sur les rails

Créée en 2006 avec 9 personnes et un chiffre d'affaires de 900.000 euros la première année, Ferro-Tech emploie aujourd'hui 80 personnes et réalise un chiffre d'affaires de plus de 14 millions d'euros. Grâce à sa capacité d'innovation, l'entreprise familiale a su s'implanter sur le marché de la voie ferrée, en France, en Belgique et au Luxembourg.

David contre Goliath

«Le marché de la voie ferrée est un marché intensif à la fois en main d'oeuvre et en investissements. Pour rénover un kilomètre de voie par jour, il faut 600 personnes» nous explique Jean-Luc Doucet, gérant de Ferro-Tech. «Traditionnellement c'est un secteur occupé par de grands groupes de travaux publics. Des groupes qui ont tendance à vivre sur leurs acquis et n'ont pas nécessairement la volonté de remettre en question leurs méthodes de travail. Pour un nouvel arrivant comme Ferro-Tech, il est essentiel de trouver des débouchés qui n'intéressent pas outre mesure les grands et qui permettent de grandir, en se créant des références à travers des méthodes de travail innovantes. Par ailleurs l'entreprise ne se limite pas à un seul marché. Nos équipements ont les agréments nécessaires à la fois des chemins de fer français, belges et luxembourgeois.»

Un marché porteur

Après la période des grands travaux d'infrastructure avec notamment la construction des lignes de TGV en France, les investissements vont aujourd'hui davantage dans la rénovation et la remise à niveau de voies ferrées, des travaux qui privilégient les entreprises réactives, qui savent s'adapter rapidement et proposer des solutions adéqua-



tes en peu de temps. Une des méthodes que Ferro-Tech a développée, c'est la rénovation de voies ferrées en flux tendu, sans dépôt des anciens rails. «La méthode classique consistait au dépôt de 200 mètres de voie, avec les traverses et à leur rénovation en une nuit. Considérant des sanctions pouvant atteindre 15.000 euros la minute de retard, le moindre ennui peut coûter cher en travaillant de cette façon. Nous avons développé une méthode

pour garder les anciens rails le temps du remplacement des traverses, ce qui nous permet d'avancer beaucoup plus rapidement, tout en minimisant les risques en cas d'imprévu.»

Bourreuse-dresseuse-nivelleuse

Pour assurer un confort optimal aux voyageurs et permettre une utilisation des voies aux vitesses pour lesquelles elles sont conçues, elles ont besoin d'un entretien régulier qui consiste à compacter le ballast en-dessous de la traverse, à dresser la couche de ballast et à remettre à niveau la voie, tout ceci en flux continu. La machine qui exécute ces trois opérations est appelée bourreuse-dresseuse-nivelleuse. Ferro-Tech dispose à l'heure actuelle de trois de ces machines, pour lesquelles le cahier de commande est rempli de sorte qu'une quatrième machine est louée en complément une soixantaine de jours par an.

Le leasing, une façon optimale de couvrir ses besoins d'investissements

La dernière bourreuse-dresseuse-nivelleuse, d'une valeur de près de trois millions d'euros, a été entièrement financée par la BIL à travers un leasing. Livrée en 2014, la machine d'une longueur de 57 mètres a une capacité de traitement de voie de 1.100 mètres à l'heure. Elle est la première de sa génération sur le marché France-Belgique-Luxembourg. Son financement illustre parfaitement que la BIL est prête à sortir des sentiers battus pour

«Découvrir de nouveaux secteurs d'activité et apporter la meilleure solution pour le client est un des aspects qui me motivent et qui font le charme de ma fonction.»

Paul Dumont

Paul Dumont est responsable de relation PME auprès de la BIL et conseille Ferro-Tech depuis 2012

Avec l'aide d'experts connaissant parfaitement votre marché, nous nous engageons à concevoir pour vous des produits élaborés et à développer des solutions novatrices répondant aux besoins des Grandes Entreprises, PME, professions libérales et indépendants.



Vous avant tout



trouver les solutions optimales par rapport aux besoins spécifiques de ses clients.

La BIL est une banque d'entrepreneurs

«Comme entrepreneur, j'ai besoin d'un entrepreneur en face de moi,» indique Jean-Luc Doucet, «c'est le sentiment que j'ai eu dès le départ avec la BIL. Ils ont un vrai sens de l'entreprise, ils s'intéressent à notre métier, à notre marché et abordent les sujets dans un esprit de partenariat. Ils me poussent à aller au bout de mes idées, à bien évaluer les perspectives et opportunités dans mon plan d'entreprise et à considérer des solutions comme le leasing pour faire face à nos besoins d'investissements.»



Paul Dumont, conseiller PME de la BIL (à gauche) avec Jean-Luc Doucet, gérant de Ferro-Tech (à droite)

BRÈVES



INTERNATIONAL

Visite de l'ambassadeur d'Éthiopie

L'ambassadeur d'Éthiopie, S. E. Teshome Toga Chanaka, a été reçu par M. Jeannot Erpelding, directeur des affaires internationales à la Chambre de Commerce. Le renforcement des relations entre les deux pays était à l'ordre du jour.

LIECHTENSTEIN

Visite de la Wirtschaftskammer

Une délégation du Liechtenstein, pays ouvert aux pays européens, a été accueillie à la Chambre de Commerce. Les exportations du Luxembourg vers le Liechtenstein se composent à 75 % de services financiers. Des visites de délégations économiques et commerciales dans les pays respectifs ont été envisagées.

CLEP

Commission d'éthique en publicité

La CLEP vient de se constituer. Sept membres ont été nommés par le Conseil de la publicité sous la présidence d'Olivier Mores. Organe consultatif, la CLEP veillera au respect des pratiques en matière de publicité, examinera les plaintes ou encore traitera les demandes d'examen préalable à la diffusion de publicités.

PARTENARIAT ADEM / CHAMBRE DE COMMERCE

UNE ALLIANCE POUR L'EMPLOI ET L'EMPLOYABILITÉ

L'Agence pour le développement de l'emploi (Adem) et la Chambre de Commerce annoncent un partenariat en matière de formation professionnelle continue dans le cadre duquel la Chambre de Commerce met à disposition un contingent de places de formation de l'offre de la LSC, son organisme de formation.



Les deux organisations ont posé un nouveau jalon dans leur collaboration pour combattre le chômage au Luxembourg. Tout demandeur d'emploi ayant un projet professionnel réaliste, en concertation avec son conseiller référent à l'Adem, pourra effectuer une demande d'inscription en formation et accéder à cette offre en cas de validation de son dossier.

Dans un marché de l'emploi de plus en plus exigeant où la reconversion professionnelle n'est plus une exception, il est indispensable de se former tout au long de son parcours professionnel. Pour l'Adem, l'utilisation ciblée de la formation professionnelle selon les profils devrait permettre d'accélérer la réinsertion professionnelle des demandeurs d'emploi en les munissant des compétences recherchées.

Ce partenariat s'inscrit dans la politique de promotion et de valorisation de la formation professionnelle continue menée par la Chambre de Commerce, qui se réjouit de pouvoir faciliter ainsi l'accès à son offre de formation. Les personnes désireuses de suivre une formation peuvent s'adresser à leur conseiller référent auprès de l'Adem. Des informations sur l'offre de la LSC sont disponibles auprès du Pôle conseil en formation de la Chambre de Commerce. ●

De gauche à droite : Gérard Eischen, directeur de la LSC, Isabelle Schlessler, directrice de l'Adem et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce.

B2FAIR AU MIDEST À PARIS Pour des partenariats durables en sous-traitance industrielle

La 44^e édition du salon MIDEST (04-07/11/2014), dédié à la sous-traitance industrielle, a rassemblé quelque 1.700 exposants et 40.000 visiteurs. Le salon a mis à l'honneur un pays d'Afrique du Nord, la Tunisie, une région française, la Normandie, et le secteur de l'aéronautique. Avec 165 entreprises

et près de 200 chefs d'entreprise provenant de 28 pays, la convention d'affaires internationale, « B2fair – Business to Fairs », a attiré les grands donneurs d'ordres, qui ont pu cibler en un minimum de temps des fournisseurs qualifiés. Un plateau TV a permis des échanges d'idées sur les dernières tendances du secteur de la sous-traitance industrielle. Les émissions enregistrées sont en ligne sur : www.midest.com et www.b2fair.com. ●



TOURISME D'AFFAIRES ET DE CONGRÈS

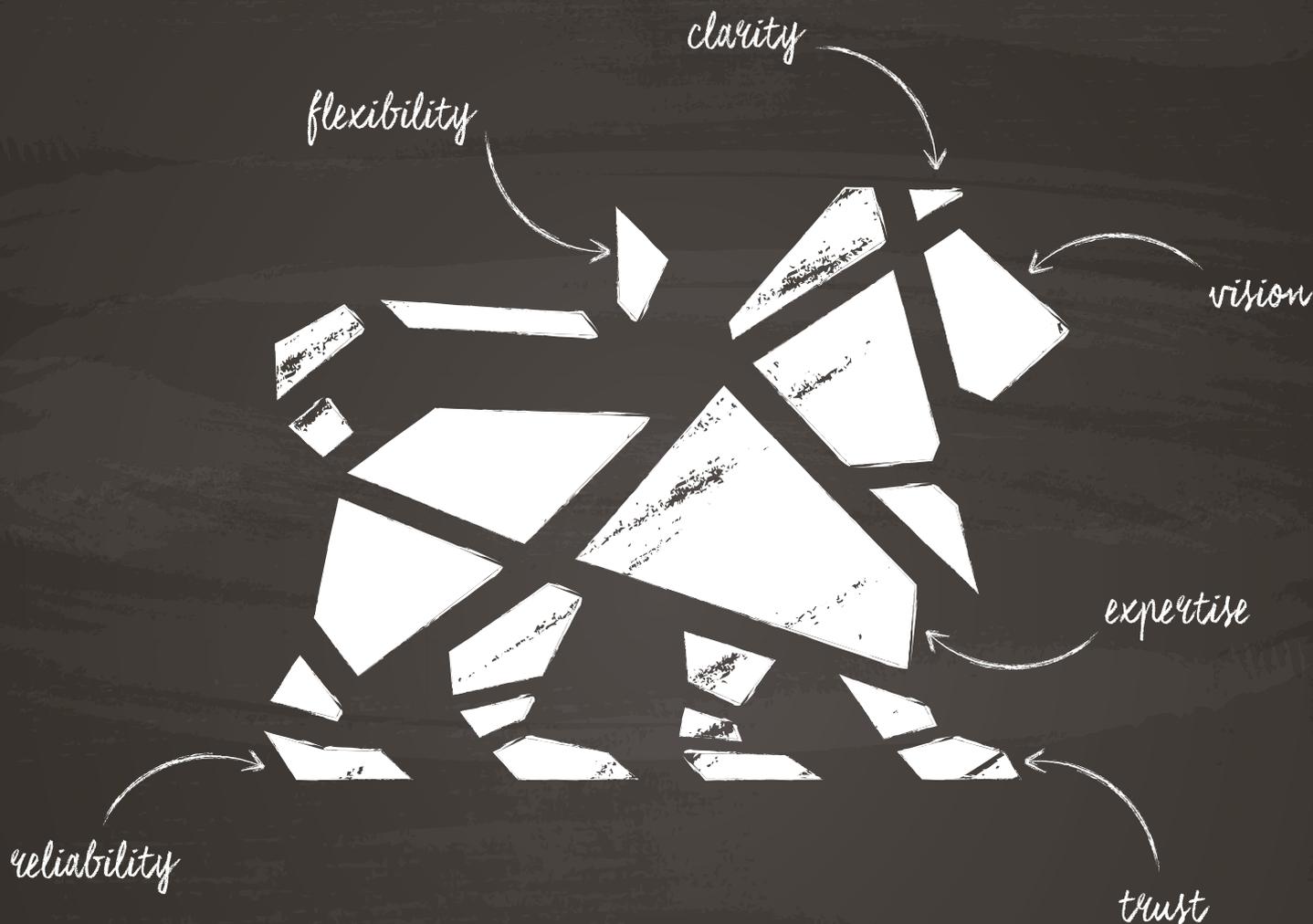
Lancement du cluster MICE

En octobre 2014, la secrétaire d'État à l'Économie, Francine Cloesener, et une vingtaine d'entreprises et d'institutions ont signé un accord constituant un cluster qui aura pour mission de positionner le Luxembourg en tant que destination de premier choix du tourisme d'affaires et de congrès, en développant l'offre au niveau national et en assurant une promotion et une commercialisation efficaces. Dénommé Cluster « MICE » (meetings, incentives, conventions and exhibitions), la nouvelle entité s'appuiera sur les structures administratives de l'Office national du tourisme pour assurer la gestion administrative et financière de ses activités. ●

The success of our clients is all we care about



Fiduciaire
du Grand-Duché
de Luxembourg



Fiduciaire du Grand-Duché de Luxembourg

Expertise-comptable et fiscale
Création et liquidation de sociétés
Domiciliation de sociétés

Contacts :

Florence Bastin
Expert-comptable et fiscal

Marc Meyers
Réviseur d'entreprises agréé
Expert-comptable et fiscal

29, Boulevard Prince Henri
L-1724 Luxembourg
Tel : +352 26 38 39 42-1

www.flux.lu

PLANS SECTORIELS

LA CHAMBRE DE COMMERCE RELÈVE LES + ET LES -

Dans une nouvelle prise de position, la Chambre de Commerce fait part de ses observations relatives à deux plans directeurs sectoriels de haute importance pour l'économie luxembourgeoise, le plan sectoriel « Transports » (PST) et le plan sectoriel « Zones d'activités économiques » (PSZAE). Beaucoup de bons points mais quelques interrogations persistent.

Si elle salue l'intention du gouvernement de procéder à une véritable refonte de l'aménagement du territoire et estime que donner la priorité aux instruments à caractère national semble être le bon choix pour garantir cohérence et efficacité, la Chambre de Commerce souligne qu'une série d'interrogations subsistent.

TRANSPORTS

La Chambre de Commerce salue le raccord des pôles Findel, Cloche d'Or, Ban de Gasperich et Howald par le tram, ainsi que les différents projets routiers permettant de mieux connecter le site d'Esch-Belval à ses environs.

Elle s'étonne en revanche que la finalisation du tronçon manquant entre l'A13 luxembourgeoise et l'E411 belge ne figure pas dans le PST, alors que ce chantier avait été identifié comme prioritaire. L'argument principal qui milite en faveur de cette liaison ? Le fort trafic additionnel engendré par le futur terminal Eurohub Sud.

Le PST ne prévoit que partiellement le renforcement de la liaison ferroviaire entre la plateforme multimodale Bettembourg/Dudelange et le port de Mertert. Or, la Chambre de Commerce rappelle que le port de Mertert est stratégique pour la diversification de l'économie.

En matière de stationnement, la Chambre de Commerce accueille positivement la volonté de réglementer de manière homogène la création d'emplacements de parking sur le domaine privé, mais elle relève que la formule proposée (nombre maximal d'emplacements pour une surface bâtie donnée) risque de pénaliser les entreprises qui, à surface égale, ont fait le choix de la densification de l'occupation des bureaux.

Enfin la Chambre de Commerce regrette que le PST ne prévoient pas la création de grands parkings publics.

ZONES D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES

La Chambre de Commerce voit dans ce plan un fort potentiel économique et organisationnel pour le Luxembourg mais insiste sur le fait que la seule existence de zones d'activités ne créera ni croissance économique ni nouvelle entreprise.

Quelques imprécisions empêchant le PSZAE d'être tout à fait opérationnel sont aussi relevées. Il est question par exemple d'établir des zones tampons pour protéger l'environnement et diminuer les nuisances sonores et visuelles mais leur mode de fonctionnement n'est pas assez précis.



01.

Pour le calcul des besoins, la Chambre doute que 60 % des nouveaux emplois créés au Luxembourg d'ici à 2030 le soit sur les ZAE, sachant que les secteurs les plus créateurs d'emploi n'opèrent pas sur ces zones (santé et services). Par ailleurs l'estimation des surfaces nécessaires ne tient pas compte de possibles synergies pour réduire la consommation foncière.

Enfin, la Chambre de Commerce craint que la substitution d'une ZAE nationale à une ZAE régionale quand celle-ci est en situation de blocage (après 12 ans), avec prise en charge des coûts afférents, ne crée de l'inertie dans les communes au lieu de les encourager à une gestion autonome. ●



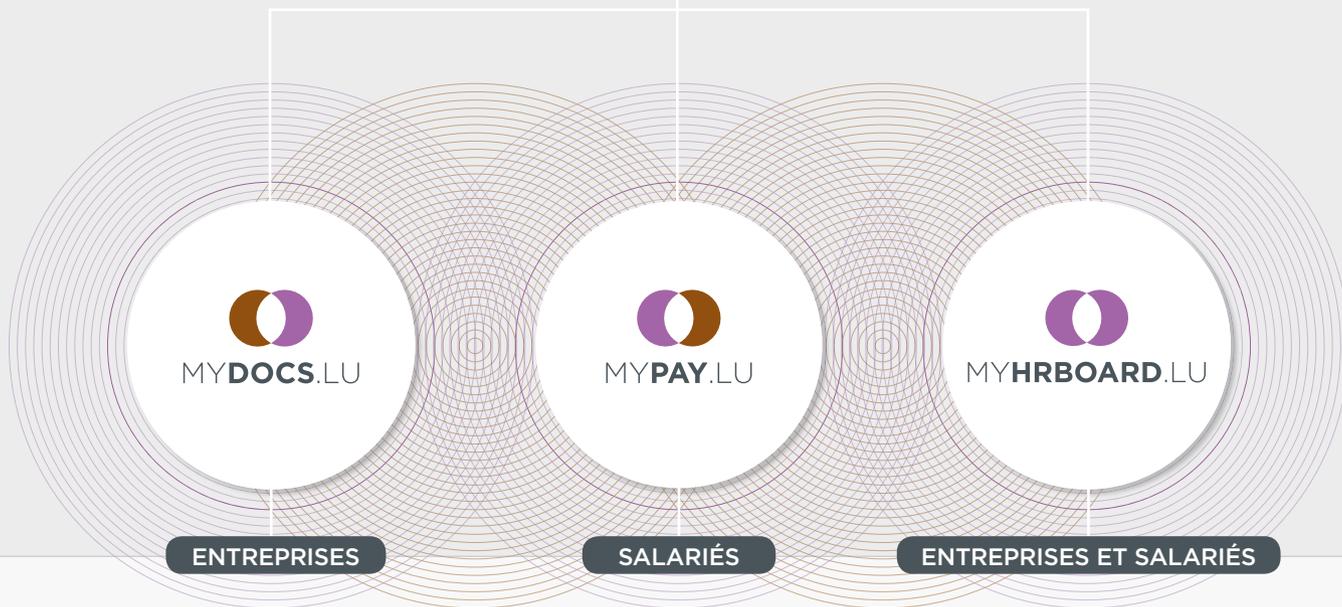
02.

01. Tram, projet pour la station Fort Olizy.
02. Des synergies sont encore à détecter pour réduire la consommation foncière.

L'information continue

La version intégrale de la présente prise de position peut être consultée sur www.cc.lu/actualités

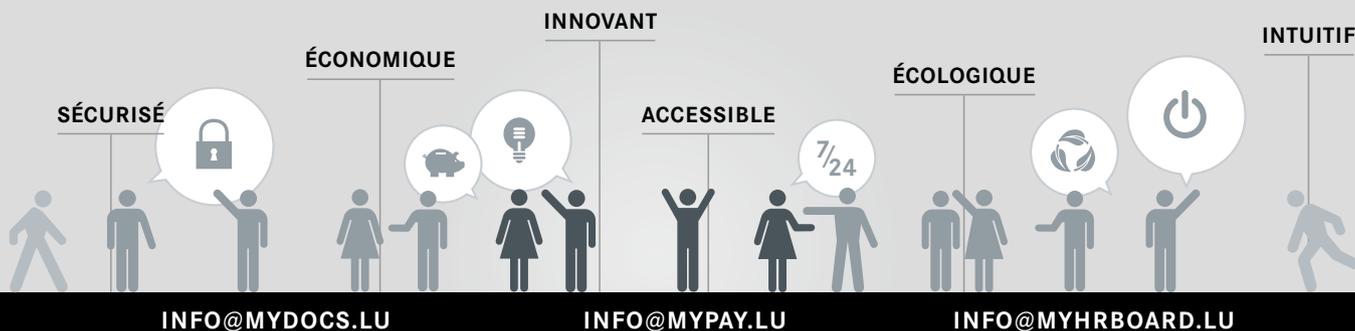
When **EXPERTISE** meets **TECHNOLOGY**



La plateforme d'échange de documents

Le service de fiches de salaire en ligne

L'interface RH simple et conviviale



●● SPIRIT OF **EXCELLENCE**

NOUVEAUX SERVICES



En collaboration avec



MEMBERS OF IFGROUP

POUR PLUS D'INFOS

● IFONLINE.LU

● IFGROUP.LU

T +352 47 68 47-400

45, RUE DES SCILLAS

L-2529 HOWALD

BRÈVES


**EUROSKILLS 2014
Deux médaillés
luxembourgeois**

Lors de la plus importante compétition européenne pour les professions manuelles, techniques et technologiques (430 jeunes, 25 pays représentés), Nico Staudt (18 ans) et Daniel Stolz (21 ans), diplômés du Lycée technique du Centre, ont remporté la médaille de bronze pour le métier de charpentier.

ILNAS

**45^e Journée mondiale
de la normalisation**

À l'occasion de la Journée mondiale de la normalisation 2014, l'Innas a organisé une conférence intitulée *Les normes créent des règles du jeu équitables*, montrant l'influence positive des normes sur les entreprises et leurs performances. Les présentations sont disponibles sur www.portail-qualite.lu.

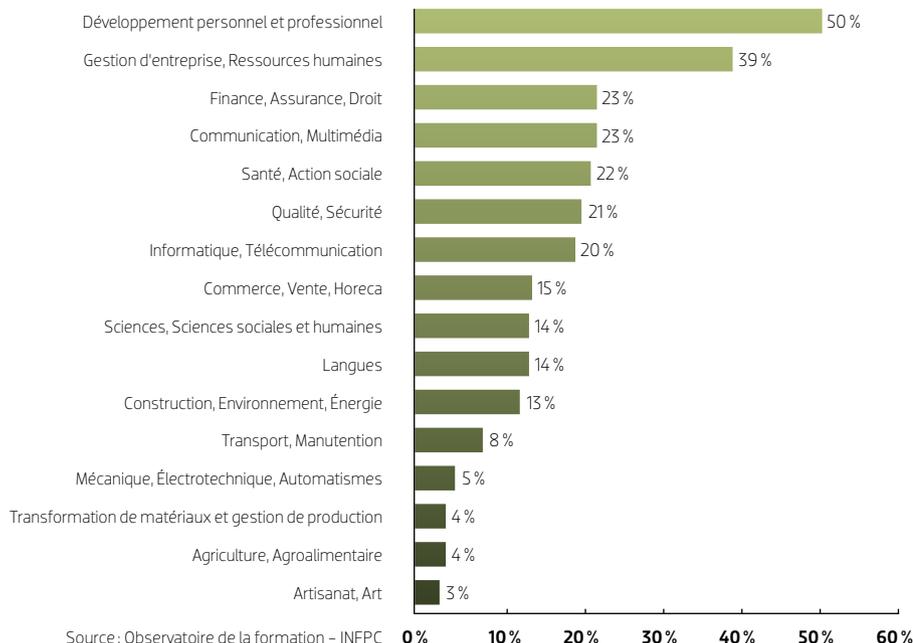
PUBLICATION

Lexique juridique trilingue

Les éditions Promoculture-Larcier publient le premier Lexique juridique trilingue luxembourgeois. Cet ouvrage s'adresse aux avocats, notaires, administrations, écoles, universités, étudiants et à toute personne recherchant la maîtrise du vocabulaire juridique en allemand, français et luxembourgeois.

INFPC

FOCUS SUR LA FORMATION CONTINUE AU LUXEMBOURG



L'Observatoire de la formation a recensé 350 offreurs de formation actifs au Luxembourg en 2013. 265 d'entre eux ont répondu à une enquête visant à décrire l'offre de Formation professionnelle continue.

Les domaines de formation « Développement personnel et professionnel » et « Gestion d'entreprise, Ressources humaines » arrivent en tête de l'offre globale de formation au Luxembourg.

L'offre de formation des organismes institutionnels est la plus étendue. Celles des asbl et des organismes privés sont plus concentrées. Les trois quarts des organismes privés proposent au maximum trois domaines de formation. Aucune asbl ne couvre plus de cinq domaines.

La moitié des organismes institutionnels sont actifs dans au moins six domaines et 70 % dispensent des formations dans les trois domaines phares : « Développement personnel et professionnel », « Gestion d'entreprise, Ressources humaines » et « Finance, Assurance, Droit ». Ils sont également actifs sur les domaines les moins couverts, en particulier « Mécanique, Électrotechnique, Automatismes » et « Artisanat, Art ».

Les organismes privés couvrent plus souvent les domaines « Gestion d'entreprise, Ressources humaines », « Informatique, Télécommunication », « Commerce, Vente, Horeca » et « Langues ».

La part des asbl est plus particulièrement élevée dans les domaines « Santé, Action sociale » et « Sciences, Sciences sociales et humaines ».

La taille des organismes est également déterminante. Parmi les structures de 20 salariés et plus, la part de l'offre de formation est particulièrement élevée dans les domaines « Qualité, Sécurité » et « Construction, Environnement, Énergie ».

Pour les structures de 1 à 19 salariés, l'offre se concentre essentiellement sur les domaines « Développement personnel et professionnel » et « Gestion d'entreprise, Ressources humaines ».

L'information continue

Pour de plus amples informations, consulter la publication **Formabref**. L'offre de formation professionnelle continue, sur www.lifelong-learning.lu

myenergy

APART

Gratis Berodung

Op Rendez-Vous oder iwwer Telefon

Weider Infoen : www.myenergy.lu / Hotline 8002 11 90

myenergy
L u x e m b o u r g

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

 LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère du Développement durable
et des Infrastructures

 LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère du Logement

myenergy, mäin éischte Schrëtt fir Energie ze spueren



HAMBURG SUMMIT 2014

PREMIER MIT EINER LUXEMBURGISCHEN DELEGATION BEIM EUROPÄISCH-CHINESISCHEN WIRTSCHAFTSGIPFEL

Anlässlich des sechsten „Hamburg Summit: China meets Europe“ am 10. und 11. Oktober 2014 in der Handelskammer Hamburg reiste Premierminister Xavier Bettel mit einer hochrangigen luxemburgischen Delegation von Verbandsvertretern nach Hamburg.

Text: Cindy Tereba - Fotos: Chambre de Commerce

Michel Wurth, Präsident der Handelskammer Luxemburg, Robert Dennewald, Präsident des Industrieverbandes FEDIL, Yves Maas, Präsident des Bankenverbandes ABL und Marc-André Bechet, Geschäftsführer der Abteilung Recht und Steuern des Investmentfondsverbandes ALFI waren in der Wirtschaftsdelegation vertreten.

Der von der Handelskammer Hamburg organisierte „Hamburg Summit“ hat sich in den letzten Jahren zur

wichtigsten sino-europäischen Wirtschaftskonferenz entwickelt. Entsprechend hochrangig war die Konferenz von chinesischer Seite besucht. Der chinesische Ministerpräsident Li Keqiang sprach zum Abschluss der Konferenz vor rund 600 Unternehmern aus Deutschland, China und Europa. Die europäische Dimension der Konferenz wurde in diesem Jahr vor allem durch die Präsenz und Keynote Ansprachen von Premierminister Xavier Bettel und

EU-Parlamentspräsident Martin Schulz hervorgehoben. Darüber hinaus hat Außenminister Dr. Frank-Walter Steinmeier als Sprecher am China Summit teilgenommen.

Dank zahlreicher Netzwerkmöglichkeiten und Expertenrunden zu unterschiedlichen Fachthemen konnten die luxemburgischen Verbandsvertreter ihr Netzwerk zu den chinesischen Geschäftspartnern erweitern und sich zu aktuellen Entwicklungen informieren. Auf dem

01. Li Yizhong, Präsident der China Federation of Industrial Economics (CFIE); Premier Xavier Bettel und Michel Wurth, Präsident von der Handelskammer Luxemburg (v.l.n.r.).

02. Horst Melsheimer, Präsident von der Handelskammer Hamburg; Hermann Ebel, Honorarkonsul des Großherzogtums Luxemburg in Hamburg und Robert Dennewald, Präsident der Fedil und Vize-Präsident der Handelskammer (v.l.n.r.).

02.



01.

Programm der Delegation standen unter anderem auch Termine mit den chinesischen Unternehmensverbänden CTIE und CATIS, die zugleich Partner des Hamburg Summits waren. Darüber hinaus nutzen die luxemburgischen Delegationsteilnehmer die Gelegenheit mit Banken- und Clustervertretern aus Hamburg Termine wahrzunehmen.

Dass die Konferenz ausgerechnet in Hamburg stattfindet ist kein Zufall. Der Hamburger Hafen ist für China ein wichtiges Tor zu Europa. Mehr als die Hälfte des deutschen Außenhandels mit der Volksrepublik China wird heute über den Hamburger Hafen abgewickelt. Auch die Beziehungen zwischen Luxemburg und China wachsen stetig und so gehört Luxemburg im Bereich des Luftfrachtverkehrs inzwischen zu den wichtigsten Zugangstoren für chinesische Waren. Daneben positioniert sich Luxemburgs Finanzplatz als einer der wichtigsten Offshore-Märkte des Renminbis in der EU. ●



TNT
THE PEOPLE NETWORK

BUILD YOUR BUSINESS ON OUR EXPERIENCE

TNT understands entrepreneurs, because our employees have many years of experience in coming up with solutions for almost any industry. Our diversified range of fast and sharply priced services always offers the right solution for any transport. Our dedicated employees offer personal contact and a proactive attitude for the needs of your business and the wishes of your customer. Our extensive network offers you unlimited opportunities for expanding your business across Europe. Get to know the strength of the network and the people of TNT. Book online fast and easy via www.tnt.lu.

WE ARE THE RIGHT TEAM FOR THE
DELIVERY OF ALL YOUR SHIPMENTS.

357 395 220 - www.tnt.lu

BRÈVES



EUFOM

eufom Bachelor- und Master-Thesen ausgezeichnet

Anlässlich der diesjährigen Verabschiedung der Bachelor- und Master-Absolventen der privaten Luxemburger eufom University verleihte die Handelskammer den Preis für die beste Abschlussarbeit im Bachelorstudiengang Business Administration und im MBA-Programm. Jean Junck, verantwortlich für den Bereich Higher Education bei der Handelskammer, gratulierte den Preisträgern: Bachelor-Absolventin Nadine Allar und Master-Absolventen Martin Streng und Tim Karius, die sich den Preis für die beste Master-Thesis teilten.

VISITE ACCOMPAGNÉE

Les rencontres d'affaires explosent au salon Santek en Turquie

Dans le cadre de ses activités B2fair – Business to Fairs, l'Enterprise Europe Network-Luxembourg de la Chambre de Commerce a co-organisé la bourse de contacts Match4Industry au salon Santek, à Kocaeli en Turquie. Pas moins de 25 entreprises luxembourgeoises et 12 entreprises allemandes avec plus de 50 participants ont profité d'un programme riche en rendez-vous d'affaires personnalisés et ciblés avec les petites et moyennes industries turques.



CLUSTER FOR LOGISTICS

AGIR ÉNERGIQUEMENT AVEC LE LABEL LEAN AND GREEN

Sous l'impulsion du ministère du Développement durable et des Infrastructures, le Cluster for Logistics a lancé le label Lean and Green au Luxembourg afin de favoriser une réduction des émissions de CO₂ au sein des entreprises ayant des activités logistiques. Le label Lean and Green, initié aux Pays-Bas en 2007 par l'ONG néerlandaise Connekt, est l'un des plus connus en Europe et offre une image forte pour les efforts consentis en matière de développement durable. Cinq entreprises logistiques luxembourgeoises se sont déjà engagées pour la première édition et peaufinent actuellement leur plan d'action : Arthur Welter, CFL multimodal, LuxairCargo, Post et Transalliance. Le label Lean and Green est attribué aux entreprises si elles sont en mesure de réduire leurs émissions de CO₂ de 20 % endéans cinq ans. Les labellisations seront attribuées en 2015 lors d'un événement co-organisé avec le MDDI. Au-delà de cinq ans, si les prochains objectifs sont atteints, les entreprises pourront obtenir un label étoilé.

L'outil d'évaluation est basé sur des mesures concrètes et précises. Le projet permet de développer l'outil de monitoring des émissions, d'identifier les économies potentielles et aide l'entreprise à définir de nouvelles pistes d'amélioration de ses performances environnementales.

Le Cluster for Logistics centralise les informations et collabore avec Logistics in Wallonia et le certificateur Dart. Le programme est accessible à toute entreprise qui fait usage de la logistique. Le label Lean and Green concerne aujourd'hui plus de 350 entreprises basées aux Pays-Bas, en Italie, en Belgique et en Allemagne.

Selon Max Nilles du ministère du Développement durable et des Infrastructures : « *Lean and Green est un programme pour des entreprises de transport et de logistique innovantes et engagées dans le développement durable. Il contribue à la réalisation d'économies de CO₂ et à la reconnaissance des engagements consentis par ces acteurs pour réduire autant que possible leur empreinte écologique. Réduire les émissions de CO₂ procure un gain économique substantiel.* » ●

PARLEMENT EUROPÉEN DES ENTREPRISES 2014

LES ENTREPRENEURS FONT ENTENDRE LEUR VOIX

Texte - photos : Chambre de Commerce

Plus de 750 entrepreneurs de 45 pays se sont rendus à Bruxelles pour débattre et voter comme de vrais parlementaires sur quatre thèmes cruciaux touchant de près leurs activités. Au centre du débat : l'internationalisation des entreprises, le marché du travail, le financement et l'énergie. C'est à l'initiative d'Eurochambres, l'association européenne des Chambres de Commerce, que le Parlement européen a ouvert ses portes aux entreprises pour cette troisième édition du Parlement européen des entreprises (EPE) permettant aux entrepreneurs de débattre avec les représentants des institutions européennes sur les problématiques

et défis auxquels les entreprises se trouvent confrontées.

Les entrepreneurs ont lancé un message fort aux décideurs européens : obtenir des politiques nationales et européennes plus vigoureuses pour répondre aux problématiques auxquelles ils se trouvent réellement confrontés au quotidien.

Lors de cet événement, le Luxembourg a occupé 18 sièges au sein de l'hémicycle du Parlement. La délégation luxembourgeoise, emmenée par M. Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce et membre du conseil d'administration d'ArcelorMittal, et M. Carlo Thelen, directeur général

de la Chambre de Commerce, comptait 11 entrepreneurs accompagnés de représentants économiques luxembourgeois.

Les entreprises ont estimé que certaines barrières persistaient dans les échanges commerciaux transfrontières qui compromettent la compétitivité de l'Europe. 71 % des entrepreneurs se sont également prononcés en faveur de la conclusion du TTIP - Partenariat transatlantique de commerce et d'investissement entre l'Union européenne et les États-Unis -, mais leurs besoins spécifiques devront être davantage pris en considération lors du processus d'élaboration des politiques communautaires. Pour le volet formation, la mise en place de réformes et de nouveaux programmes de mobilité pour les jeunes a été jugée nécessaire. Le renforcement des systèmes d'apprentissage professionnel et un meilleur équilibre en matière d'enseignement académique et professionnel ont également été évoqués. La troisième session

était consacrée au financement, avec notamment le problème des retards de paiement qui se traduisent par des faillites d'entreprises ou encore l'accès au financement qui reste laborieux. La quatrième et dernière session de ce Parlement européen des entreprises 2014 s'est penchée sur le thème de l'énergie en abordant les questions liées au changement climatique, au marché intérieur de l'énergie et aux énergies renouvelables. Les résultats des votes des entrepreneurs seront prochainement présentés aux institutions européennes.

En marge de la session parlementaire, une rencontre en comité restreint a eu lieu avec six députés européens luxembourgeois qui siègent au Parlement à Bruxelles, en présence de Mme Viviane Reding, Mme Mady Delvaux, M. Frank Engel et M. Charles Goerens. Cette réunion de travail a permis des échanges de vue réciproques sur des dossiers stratégiques pour le Luxembourg. ●



01.



02.

01. La délégation luxembourgeoise, emmenée par Michel Wurth et Carlo Thelen, comptait 11 entrepreneurs accompagnés de représentants économiques professionnels luxembourgeois.

02. La délégation luxembourgeoise devant le Parlement européen.

L'information continue

La version intégrale du communiqué peut être consultée sur www.cc.lu/actualites

BRÈVES



LYCÉE EMILE METZ

100 Joer

Le Lycée technique privé Emile Metz fête ses 100 ans. Fondé en novembre 1914, il a su adapter son offre à l'évolution technique et technologique et accueille aujourd'hui plus de 560 élèves.

1,2,3 GO SOCIAL

Sept entrepreneurs séduisent le jury

Onze porteurs de projets sélectionnés pour défendre leur projet d'entreprise à dimension sociale ou solidaire ont disposé de 15 minutes pour présenter leur dossier et répondre aux questions d'un jury de professionnels de l'entreprise. Les sept projets retenus participeront à la dernière étape du parcours 1,2,3 GO social.

UEL

Annuaire de la compétitivité 2014

Les indicateurs repris dans l'édition actualisée de l'Annuaire illustrent les défis auxquels le pays doit faire face : inflation structurellement plus élevée que les pays voisins, hausse des coûts de production, du chômage... Mais le Luxembourg dispose d'atouts et les efforts sont nécessaires pour les conserver.



JOURNÉES CRÉATION

LA NOCTURNE : UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE

Organisées par la Chambre des Métiers et la Chambre de Commerce, avec le soutien du ministère de l'Économie, les Journées création, développement et reprise d'entreprises ont été marquées par la traditionnelle Nocturne qui s'est tenue jeudi 13 novembre de 17 h à 21 h, dans les locaux de la Chambre des Métiers avec plus d'une vingtaine de stands d'information présents sur le site.

La Nocturne est un concept d'entretiens programmés d'une vingtaine de minutes, permettant aux créateurs, repreneurs d'entreprises ou entrepreneurs déjà établis de rencontrer les acteurs clés de la création d'entreprises. Ainsi huit conseillers de la Chambre de Commerce ont répondu aux

questions de 80 porteurs de projets et entrepreneurs déjà établis, totalisant près de 120 rendez-vous. Parmi les 23 exposants des stands figuraient des banques, des assurances, plusieurs ministères et des organismes d'aide à la création. Les questions des visiteurs ont porté notamment sur les aspects d'ordre fiscal, juridique et sur le financement de projets.

Pendant les trois semaines dédiées aux Journées création, développement et reprise d'entreprises, une dizaine de conférences, workshops et tables rondes figuraient également au programme. En date du 26 novembre, la Chambre de Commerce a organisé une conférence intitulée *Responsabilité du dirigeant : quels risques pour*

vous et votre entreprise ? au cours de laquelle M^e Alain Steichen a détaillé les responsabilités civile, pénale et fiscale du dirigeant.

Une table ronde sur le thème *Les règles d'or pour réussir la cession / reprise d'entreprise - conseils et témoignages d'entrepreneurs* a eu lieu le 3 décembre. Deux entrepreneurs issus des secteurs de l'Horeca et du commerce traditionnel ont partagé leur expérience avec le public. Enfin, le 4 décembre, une cérémonie à l'occasion du *Lancement de la saison 5 du programme BusinessMentoring* a mis à l'honneur le programme de mentorat et le public a pu découvrir les visages de la promotion 2014 des « jeunes » entrepreneurs. ●



fortrust
global

worldwide company incorporations	accounting services	
tax advisory	market research	legal advisory
domiciliation	asset management	bank relationships
relocation services	nominee services	



Trust your instincts

Luxembourg | Netherlands | Russia | Azerbaijan
Cyprus | United Arab Emirates | Georgia

www.fortrustglobal.com

Headquarter: Fortrust Global, 25C Boulevard Royal, L-2449 Luxembourg

Tel. +352 26 73 42 Fax +352 26 73 42 65

contact@fortrustglobal.com



PUBLICATION

L'ÉDUCATION SECONDAIRE EN QUESTION

Une réforme de l'enseignement secondaire étant actuellement en discussion, la Chambre de Commerce prend part au débat en consacrant la 16^e édition de son bulletin *Actualité & tendances* à une analyse « coûts / bénéfices » du sujet. Le document propose notamment des recommandations visant à rendre le système plus inclusif et plus efficient.

Un des objectifs poursuivis par l'éducation secondaire est l'insertion des jeunes sur le marché du travail. Cette mission ne peut être remplie sans tenir compte de la diversité sociale, culturelle et linguistique de la population, à 45 % étrangère. Une marge de manœuvre budgétaire limitée, une pénurie d'enseignants pour les mathématiques et les sciences et une inertie certaine au changement sont d'autres paramètres dont il faut tenir compte.

L'analyse des « coûts » de l'éducation secondaire montre que le montant des dépenses par élève au Luxembourg, en forte augmentation, dépasse

largement celui des autres pays. Elles représentaient 14.118 € par élève en 2010, soit près du double de la moyenne européenne. Le montant élevé trouve sa principale explication dans le niveau de rémunération du personnel (enseignant et non enseignant) ; ce poste représente à lui seul plus de 73 % des dépenses totales dans l'enseignement secondaire classique (ESC). À ce premier constat, il faut ajouter le taux important de redoublement au Luxembourg, qui a pour effet d'allonger la durée de scolarité et d'ainsi augmenter le coût d'un diplôme.

Côté performances des élèves, l'enquête Pisa, qui fait

référence au niveau international, révèle, édition après édition, les faiblesses du système luxembourgeois : écarts importants entre élèves de racines luxembourgeoises et élèves issus de l'immigration, entre élèves de différents milieux socioéconomiques et entre filles et garçons, selon les matières. Des épreuves spécifiques au Luxembourg sont également réalisées. Elles font apparaître des résultats semblables à ceux de Pisa. Cela questionne la capacité du système scolaire à offrir les mêmes chances à tous.

Une analyse macroéconomique montre que l'efficience du système scolaire secondaire n'est pas au rendez-vous, puisque le Luxembourg obtient généralement de moins bons résultats que les autres pays étudiés, avec un budget bien supérieur.

DÉFIS ET LEVIERS CLAIREMENT IDENTIFIÉS

La Chambre de Commerce estime qu'il faudra s'attaquer en priorité au décrochage scolaire et au taux de redoublement, à l'apprentissage des langues, à l'orientation précoce et à l'équité du système, pour éviter au pays de reproduire certaines inégalités, de génération en génération.

Quelques pays, qui connaissent également, pour certains, un maillage linguistique complexe allié à un afflux considérable de populations étrangères, peuvent servir de modèles et d'inspiration, ayant mis en place avec succès des initiatives innovantes et fructueuses. Il s'agit notamment des Pays-Bas, du Canada, de la Suisse, de la Finlande et de Singapour.

Pour une éducation présentant une meilleure adéquation avec les besoins de la société

et les exigences du monde économique, la Chambre de Commerce propose quelques pistes, rassemblées en quatre thématiques :

- Organisation de l'enseignement : agir sur l'orientation par filière, l'enseignement des langues et le retard scolaire.

- Structure du système scolaire : repenser la forme du système scolaire, certaines pratiques pédagogiques, le système d'évaluation, l'autonomie des lycées, la rémunération des enseignants et le système des décharges.

- Enseignants : agir sur la formation initiale et continue et sur le recrutement d'enseignants étrangers.

- Relations écoles / entreprises : multiplier les occasions de rencontres élèves / entreprises et enseignants / entreprises. La Chambre de Commerce est d'ores et déjà active à ce niveau et peut proposer son aide pour développer des initiatives sur le terrain. ●

L'information continue

La version intégrale du bulletin économique *Actualité & tendances* – Le système d'éducation secondaire luxembourgeois : une analyse coûts / bénéfices peut être téléchargée gratuitement sur www.cc.lu/services/publications.



BERLITZ LANGUAGE AND BUSINESS TRAINING



With over 600 schools and more than 135 years of experience, Berlitz is one of the leaders worldwide. Expect results!

DISCOVER THE WORLD OF LANGUAGES:

- **Small groups**
Motivating students to achieve their language goals
- **Individual Instruction**
In all languages
- **Courses and camps for Kids and Teens**
Having fun and discovering new languages
- **Berlitz Cultural Consulting**
International training for companies
- **eBerlitz**
Learning languages flexibly online and by phone



www.berlitz.lu

A Global Education Company

Berlitz Language and Business Training S.à.r.l.
89-93, Grand-Rue • 1661 Luxembourg • Luxembourg
Tel.: 00352 26 38 32 48 • info@berlitz.lu

BRÈVES

FFCEL

10 ans déjà

Créée en 2004, à l'initiative de l'UEL et du ministère de l'Égalité des chances, la FFCEL (Fédération des femmes cheffes d'entreprise au Luxembourg) a pour vocation d'aider, promouvoir et encourager les femmes dirigeantes. Elle compte 200 membres fières d'avoir créé 2.942 emplois en 10 ans, dans 18 domaines d'activité.

INNOVATION

Le Luxembourg attire Air Liquide

Du Biohealth Cluster à Luxinnovation, en passant par le ministère de l'Économie et les CRP Santé, Lippmann et Tudor, des représentants de la division Santé d'Air Liquide ont effectué un Biomedical Tour au Luxembourg. Un second tour est déjà prévu, axé sur le monde des entreprises et start-up du Grand-Duché.



INTERNATIONAL

Métiers de bouche

Dans le cadre du Sial (Salon international de l'alimentation), Léa Linster et 12 sociétés luxembourgeoises ont fait le déplacement à Paris pour présenter leurs produits et expertises à un public d'acheteurs, grossistes, commerces de proximité, représentants du marché de Rungis, journalistes et institutionnels.

OMPI

Séminaire propriété intellectuelle

Le 27 octobre, le Luxembourg a accueilli pour la première fois un séminaire organisé par l'Office de la propriété intellectuelle (OPI), l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) et l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (OBPI). Anne-Sophie Theissen, secrétaire générale du Centre d'arbitrage de la Chambre de Commerce, a pris la parole lors de la session consacrée à l'arbitrage et à la médiation de conflits liés à la propriété intellectuelle. Dans son intervention, elle a souligné l'importance pour les entreprises de pouvoir disposer d'un mode alternatif de résolution des conflits par rapport à un règlement des litiges devant les cours et tribunaux, souvent long et coûteux. Présentations disponibles sur www.cc.lu/actualites. ●

CHAMBRE DE COMMERCE

Francine Closener à l'Espace entreprises

Le 9 octobre 2014, Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie, a visité l'Espace entreprises de la Chambre de Commerce, accompagnée de Christian Schuller, directeur général de la DG PME et Entrepreneuriat du ministère de l'Économie, et de John Dann, responsable du Guichet unique – Portail entreprises.

Mme Closener voulait s'enquérir des problématiques rencontrées par les PME et les entrepreneurs. Après avoir exprimé sa satisfaction devant la gamme importante de services proposés, elle a réprécisé son intention d'accentuer la simplification administrative là où cela est encore nécessaire et de soutenir l'esprit entrepreneurial avec tous les moyens à sa disposition. « Le Luxembourg a vocation à devenir un hub entrepreneurial », a-t-elle résumé. ●



RELATIONS ÉCOLES / ENTREPRISES

LES COULISSES DE LA CHAMBRE DE COMMERCE

La Chambre de Commerce est sponsor de l'opération dayCARE depuis ses débuts. Le 22 octobre, pour la 5^e édition, elle a décidé de participer en plus en tant qu'entreprise hôte. Elle a ouvert ses portes à 15 jeunes pour leur faire découvrir cinq métiers.

Texte : Catherine Moisy



Le principe est simple, mais il fallait y penser : faire recevoir des jeunes par des entreprises luxembourgeoises pour une journée de stage et rémunérer ceux-ci sous forme d'un don à l'organisation CARE, qui soutient la

formation de jeunes sages-femmes au Niger. La démarche est aussi maligne que séduisante ; elle réussit le double pari de faire découvrir certains métiers à des jeunes en quête d'orientation tout en soutenant une œuvre sociale.

Plus de 50 entreprises ont répondu à l'appel cette année, pour recevoir plus de 200 jeunes, tous volontaires.

Pour sa part, la Chambre de Commerce a accueilli 15 jeunes, âgés de 17 à 22 ans, issus de l'École de commerce et de gestion, de l'École privée Sainte-Anne, du Lycée Aline Mayrisch Luxembourg et du Lycée technique de Bonnevoie. Ils ont pu découvrir cinq métiers : juriste, économiste, gestionnaire de ressources humaines, conseiller en formation ou encore chargé de production audiovisuelle. Charlotte, 17 ans, témoigne : « Carlo Thelen était déjà venu dans mon école, mais c'est aujourd'hui que j'ai réellement découvert la variété des activités de la Chambre de Commerce. En ce qui concerne les ressources humaines, j'ai réalisé que c'était bien plus complexe que ce que j'avais imaginé. » ●

Pour toutes vos occasions
familiales ou professionnelles,
UM PLATEAU
& **COCOTTES EVENT**
Vous accueillent dans leurs lieux
de réception selon vos envies.



De nombreuses possibilités :

- Cocktail dinatoire et walking dinner
- Buffet froid et chaud
- Barbecue
- Afterwork et Cocktail
- Wine tasting
- Show cooking



Um plateau se privatise pour accueillir vos événements, il dispose d'une magnifique terrasse. Cocottes met à votre disposition la salle contemporaine du restaurant Red Beef à la Cloche d'or et sa terrasse panoramique .



Pour toutes réservations :

Contactez Clémentine Venck, F&B Manager
au (00 352 621 33 80 20)
ou par mail clementine@cocottes.lu

DOSSIER



DOSSIER

LE PETIT ACTEUR DEVENU STAR

De A, comme Andy Bausch et AFO, à Z, comme Zeilt Productions, en passant par O, comme Oscar, en moins d'un quart de siècle, l'industrie cinématographique luxembourgeoise a connu une évolution fulgurante. Si elle est aujourd'hui présentée à l'étranger comme un exemple éclatant de la réussite et de la diversité économique du pays, ce succès est avant tout le résultat d'un pari audacieux, pour ne pas dire fou. Analyse d'une success story dont le scénario continue d'être truffé de multiples rebondissements.

Texte : Jean-Pierre Thilges

Aussi paradoxal que cela puisse paraître, le cinéma *made in Luxembourg* est né au cours des années 1970, quand Andy Bausch et le trio de l'Atlantic Film Organisation (AFO) - Paul Scheuer, Maisy Hausemer, Georges Fautsch - remportaient, avec une régularité déconcertante, les concours organisés chaque année par la Fédération grand-ducale des cinéastes amateurs. Le cadre du cinéma amateur étant devenu trop étroit, AFO s'essayait une première fois au long métrage avec *Wat huet e gesot* (1981), tandis que Andy Bausch, après une série de courts métrages, se lança dans la réalisation de *Gwyncilla, Legend of Dark Ages* (1986). Même si, de nos jours, d'aucuns ont tendance à oublier ce qu'ils doivent à ce quatuor de pionniers, nul ne pourra nier que dans le Top 20 du box-office des productions luxembourgeoises entre 1983 et nos jours, on retrouve cinq films réalisés par Andy Bausch et trois par l'AFO. Le champion toutes catégories reste *Congé fir e Mord* de Paul Scheuer (1983), tourné en format 16 mm, qui fut présenté au cinéma et dans une tournée « champêtre » à travers le pays, où il fut vu par un total de 50.056 spectateurs payants.

UN CHAPEAU DE PAILLE LUXEMBOURGEOIS

Mais il faut remonter au milieu des années 1920, aux Studios de la Victorine à Nice, pour retrouver la première trace d'un Luxembourgeois travaillant régulièrement pour le cinéma. C'est dans l'autobiographie du cinéaste britannique Michael Powell qu'est apparu le nom de John Birkel, un menuisier natif de Saeul, au Grand-Duché. Après avoir émigré aux États-Unis, où il travaillait notamment pour la Metro-Goldwyn-Mayer, Birkel revint en Europe après la Première Guerre mondiale. Michael Powell fit sa connaissance à Nice, lors du tournage de *Mare Nostrum* (1925) de Rex Ingram, où Birkel faisait fonction de *construction manager*. Powell écrit : « Mes



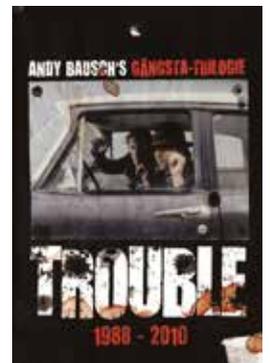
deux mentors furent John Birkel, le chef de construction, et Pahlman, responsable des effets spéciaux. (...) Parmi tous les techniciens de film, j'ai toujours eu une admiration particulière pour le chef de construction. (...) John Birkel insistait constamment être de nationalité luxembourgeoise. (...) Il portait tout le temps un chapeau de paille à bord dur, il le portait pour aller nager... et il y a de fortes chances qu'il le portait même au lit. »

En 1947, le critique de cinéma luxembourgeois Evy Friedrich tourna un court métrage documentaire de 19 minutes sur *Les Danseurs d'Echternach*. Entre 1947 et à la fin des années 1970, Philippe Schneider réalisa une trentaine de documentaires et de publicités, le plus souvent des travaux de commande. Il s'essaya à un film érotique en 1970, *L'amour, oui! Mais...* qui, sous son titre international de *Love Life in Luxembourg* connu, paraît-il, un certain succès dans les pays asiatiques. En 1971 apparut un long métrage de Michel Gérard, *Mais qui donc m'a fait ce bébé?*, produit par une société luxembourgeoise nommée Cideo. Mais ce furent finalement les succès publics de *Congé fir e Mord* (AFO / 1983), *Troublemaker* (Andy Bausch / 1988), *Mumm Sweet Mumm* (AFO / 1989), *Schacko Klak* (Paul Kieffer / Frank Hoffmann / 1989) et *De Falschen Hond* (Menn Bodson, Marc Olinger / RTL / 1989) qui sont à l'origine de l'industrie luxembourgeoise du cinéma telle que nous la connaissons aujourd'hui.

FILM FUND LUXEMBOURG

Le Fonds national de soutien de la production audiovisuelle (Film Fund Luxembourg) a été créé en 1990, en tant qu'établissement public luxembourgeois ayant pour but de soutenir la production et la coproduction, ainsi que d'assurer la promotion des œuvres luxembourgeoises. Après l'éclosion de RTL Group et de la société des satellites SES en tant qu'« acteurs » au niveau international et qui furent

Le chapeau de paille fut le signe distinctif de John Birkel (3^e de gauche), menuisier et premier artisan luxembourgeois à travailler régulièrement pour le cinéma. Cette photo fut prise par le cinéaste britannique Michael Powell sur le tournage du film muet *Mare Nostrum* (Rex Ingram / Metro-Goldwyn-Mayer) aux studios de la Victorine à Nice, en 1925 / 26.



Le cinéma luxembourgeois ne serait pas pareil sans Andy Bausch, qui reste à ce jour le réalisateur le plus prolifique du Grand-Duché. Il a largement contribué au développement du secteur, notamment par le succès en salles du premier épisode de la trilogie *Troublemaker*, sorti en 1988.



PALMARÈS FILMPRÄIS 2014

Le Lëtzebuurger Filmpräis est organisé tous les deux ans par le Film Fund et la Filmakademie. Le trophée remis aux lauréats est une création de l'artiste luxembourgeoise Patricia Lippert.

Long métrage :

Doudege Wénkel,
Christophe Wagner

Court métrage :

22 : 22, Julien Becker

Long métrage d'animation :

Ernest & Célestine, B. Renner,
V. Patar, S. Aubier

Court métrage d'animation :

Mr. Hublot, Laurent Witz,
Alexandre Espigares

Documentaire :

Never Die Young, Pol Cruchten

Coproduction :

Hannah Arendt,
Margarete von Trotta

Contribution artistique :

Jules Werner, acteur,
Doudege Wénkel

Contribution technique :

Jako Raybaut, directeur / photo,
Doudege Wénkel

pendant longtemps les figures de proue de l'audiovisuel luxembourgeois, la volonté du gouvernement était donc, avec la création du Film Fund, de favoriser le développement d'une véritable « industrie du cinéma ».

Le Film Fund soutient le cinéma luxembourgeois, à travers des subsides directs, appelés AFS (aides financières sélectives) pour l'écriture de scénarios, le développement et la production de courts métrages, longs métrages et documentaires. Ces aides sont des avances sur recettes. Aujourd'hui, 25 ans après la création du Fonds, le rêve d'une industrie cinématographique, qui a pu paraître illusoire à l'époque, est devenu réalité. Entre 1990 et 2013, plus de 600 œuvres audiovisuelles et cinématographiques (productions nationales, coproductions internationales, courts et longs métrages de fiction et d'animation, documentaires) ont vu le jour grâce à l'apport financier du Fonds, pour un investissement total de plus ou moins 350 millions d'euros. À titre d'exemple, en 2013, 32 productions ont ainsi été soutenues pour un total de 34 millions d'euros.

PROMOUVOIR LE CINÉMA LUXEMBOURGEOIS DANS LE MONDE

Il y a actuellement au Luxembourg environ 35 sociétés de production dans le domaine de la fiction et de l'animation, dont 17 sont actives à un niveau international. Le pays compte cinq studios d'animation, deux studios de production, 15 sociétés de postproduction, des studios d'enregistrement ou

d'effets spéciaux, une quinzaine de sociétés de services liées directement au secteur (location de matériel, de caméras, de costumes, maquillage, catering, etc.), une dizaine de sociétés juridiques ou financières spécialisées dans l'audiovisuel.

“

25 ans après la création du Film Fund, le rêve d'une industrie cinématographique, qui a pu paraître illusoire à l'époque, est devenu réalité.

”

Actuellement, quelque 600 professionnels (plein temps, mi-temps, free-lances) gagnent leur vie au sein du secteur de la production audiovisuelle au Luxembourg : 500 techniciens, dont 200 rien que pour le domaine de l'animation, une quarantaine de réalisateurs qui ont au moins un film à leur actif, et 45 acteurs.

Outre le fait de soutenir la production et la coproduction au Luxembourg, le Film Fund a également la mission d'accroître la visibilité et la popularité de « nos » films à l'échelle nationale et internationale, comme l'explique Guy Daleiden, l'actuel directeur du Fonds : « Une des principales missions du Film Fund est la promotion du secteur de l'audiovisuel et de la



En mars 2014, Matthew McConaughey et Kim Novak ont remis l'Oscar du meilleur court métrage d'animation à Mr. Hublot de Laurent Witz (2^e de gauche) et Alexandre Espigares (3^e de gauche), une coproduction majoritairement luxembourgeoise (© 2014 Bryan Crowe, AMPAS).

The Port of Mertert



Located on the municipalities of Mertert and Grevenmacher on the left bank of the Moselle, the Port of Mertert has a total area of 65 hectares. Both docks along the port basin, on which are installed 11 rolling cranes with a lifting force of 12 to 124 tons, have a total length of 1,600 meters. The transshipped products are mainly steel products upon arrival and departure of Arcelor-Mittal plants installed in Luxembourg, petroleum products, agricultural products and construction materials.

During all the years of its existence the Port of Mertert has made the economy of Luxembourg benefit from competitive transshipping prices and proper service. It also managed to defend the interests of inland water transport whose qualities do not need to be praised (environmental protection, reliability, safety, etc.).

Inland water transport ensures a high degree of safety, especially for the transport of dangerous goods. Finally, it

contributes to disburden overloaded road networks in areas with high density.

In front of the backdrop of the ideal strategic location of the Port of Mertert representing a unique site in Luxembourg comprising the three transportation modes and allowing a transshipment from river, rail and road, the company of the port with the support of the Ministry of Sustainable Development and Infrastructure, together with their handlers, expends every means at its disposal to ensure the sustainability of the Port of Mertert. Thus, it is particularly foreseen to modernize and improve the infrastructure. In a nutshell,

"The Port of Mertert is designed to meet the needs of the development of the economy of Luxembourg. Connections by river, rail and road contribute to its proper insertion in the trans-European transport networks."



SOCIETE DU PORT DE MERTERT
Société anonyme

Direction du Port

L-6688 Mertert · Tél. 74 04 64 · Fax. 74 04 64 30
info@portmertert.lu
www.portmertert.lu



Luxport S.A.

Société de manutention portuaire
Port de Mertert
Tél. 74 96 10-1 · www.luxport.lu



TANKLUX S.A.

Transbordement, stockage et transport
de produits pétroliers
Port de Mertert
Tél. 74 05 81 - 74 06 81 Fax. 74 90 35



INTERVIEW

CLAUDE WARINGO

Producteur chez Samsa Film
Président de la Filmakademie

Il y avait une forte volonté politique de créer la Filmakademie.



Racontez-nous la genèse de la Filmakademie, ses activités et le rôle qu'elle compte jouer dans la promotion de « notre » cinéma.

« La genèse a de multiples 'pères'. Il y avait une forte volonté politique de créer cette association, à l'image des autres pays européens. Nous avons rapidement été adoptés par nos 'académies sœurs' et faisons aujourd'hui partie d'une organisation internationale solide.

La composition et l'organisation en sont en revanche différentes de celles en Belgique ou en France.

Nous avons tenu à mettre les bases d'une plateforme la plus large possible des associations intervenant dans notre petit monde cinématographique. La Filmakademie peut donc servir d'organe de concertation sur des sujets parfois brûlants ou plus compliqués, en réunissant autour d'une table comédiens, techniciens, producteurs, réalisateurs, scénaristes, mais aussi le CNA ou le FONSPA. Nous pourrions, dans un proche avenir, intégrer d'autres associations comme celle des compositeurs de films. Nous nous concentrons actuellement sur la promotion du cinéma luxembourgeois dans notre pays, à travers une série de nouvelles actions, dont la plus spectaculaire est sûrement la production de trois 'capsules' par an, des bandes-annonces, traitant de l'actualité du cinéma luxembourgeois, projetées dans toutes les salles de cinéma luxembourgeoises, grâce à notre

partenariat avec la Poste, Utopia et bientôt la Chambre de Commerce.

Nous allons également veiller à ce que le train du VOD ne passe pas sans prendre à bord les films luxembourgeois et nous sommes en train de rediscuter la formule des 'Films made in Luxembourg', en collaboration avec le CNA et RTL. Ceci dit, une grande partie de notre énergie doit se concentrer sur l'organisation du vote pour le Lëtzebuurger Filmpräis, dont les travaux préliminaires pour l'édition 2016 ont déjà commencé!

Vous êtes producteur (au sein de Samsa Film) de films en langue luxembourgeoise (Doudege Wénkel, Eng nei Zäit), ainsi que d'une multitude de coproductions internationales. Expliquez-nous la philosophie qui se cache derrière le choix des projets que VOUS décidez de soutenir.

« J'ai toujours dit qu'une société comme celle que je codirige avec Jani Thiltges n'a pas forcément le luxe d'une ligne éditoriale trop précise ou restreinte. Nous ne pourrions pas fêter nos 30 ans d'existence en 2016 si nous nous étions concentré uniquement sur un certain genre de film, une langue préférée ou un groupe restreint de réalisateurs confirmés. Nous avons donc décidé de quelques lignes directrices qui guident nos décisions pour tel ou tel film autour de notions comme la qualité scénaristique, de partenariats à long terme et, de plus en plus, l'intérêt commercial du projet. »



01.



02.

01. *Baby(a)lone*, réalisé par Donato Rotunno et produit par Iris Productions, est considéré par les initiés comme une des sorties à surveiller de très près en 2015.

02. Luc Schiltz dans *Eng nei Zäit*, le deuxième long métrage de fiction de Christophe Wagner après l'acclamé Doudege Wénkel, dont la sortie en salles est prévue courant 2015.

cinématographie, ainsi que des œuvres qu'il a soutenues. Pour cela, nous disposons de moyens financiers conséquents. Au niveau national, nous disposons d'aides à la sortie nationale. Nous organisons également tous les deux ans la remise des Lëtzebuurger Filmpräis, en collaboration avec la Filmakademie. Cet événement a une excellente résonance, au niveau des professionnels du secteur, mais aussi auprès de la classe politique et de la population en général. »

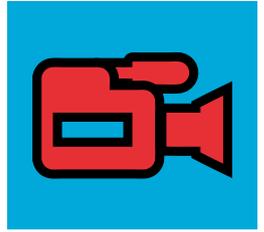
Guy Daleiden ajoute que le Film Fund contribue également de manière financière à plusieurs festivals, grands et moins grands, comme Discovery Zone, CinEast, avec toujours la même exigence : que d'une manière ou d'une autre, une place soit réservée pour offrir une visibilité aux œuvres luxembourgeoises et au secteur. À l'international, le Fonds est présent à des festivals internationaux de renommée comme Cannes, Annecy ou Berlin, où l'organisme des événements dont l'objectif est de faire la



03.



04.



FILMLAND KEHLEN

Avec plus de 4.000 m² de studios de tournage, deux ateliers de construction de 400 m² chacun, 500 m² de bureaux de productions, des studios de montage image et son, un auditorium de mixage final, une salle d'étalonnage et des cellules d'effets spéciaux, le Filmland à Kehlen est désormais le one stop shop et la plaque tournante des films made in Luxembourg. Depuis peu, Filmland est également équipé pour les tournages en green screen. Plusieurs sociétés de production luxembourgeoises ont par ailleurs regroupé leurs activités dans les bureaux à Kehlen. Depuis la création du studio, les plateaux sont en utilisation permanente, aussi bien pour des productions autochtones que pour des coproductions internationales.

03. Comeback (Lucil Film), la deuxième sitcom luxembourgeoise après *Weemseesdet?* (Deal Productions), avait beaucoup misé sur les réseaux sociaux pour faire sa promotion auprès du public de jeunes adolescents.

04. Le nouveau long métrage de Jacques Molitor, *Mammejong*, avec Christiane Rausch, Maja Juric et Max Thommes, sortira en salles en 2015 (©Fabrizio Maltese).

promotion du secteur, mais surtout celle des œuvres qui y sont éventuellement sélectionnées. D'autre part, tout comme pour l'aide à la sortie nationale, le Fonds dispose d'une aide « festivals » pour la prise en charge d'une partie des dépenses occasionnées par la sélection d'une œuvre à un festival, le but étant bien évidemment de lui offrir la meilleure visibilité possible.

« D'autre part, précise le directeur du Film Fund, nous développons depuis cette année une initiative pour l'organisation à l'étranger de 'journées luxembourgeoises', la plupart du temps en collaboration avec nos ambassades. Il s'agit en quelque sorte de 'Focus Luxembourg' pendant lesquels est montrée une programmation de films nationaux récents. Et nous participons aussi à des missions économiques. Nous répondons également à des demandes plus ponctuelles venues soit de nos producteurs, soit des festivals ou encore de Centres de cinéma étrangers. Le plus

souvent, il s'agit de créer des échanges avec des producteurs étrangers et de faciliter la mise en réseau de nos professionnels, ainsi que d'organiser des programmations et des actions qui mettent en valeur notre patrimoine audiovisuel, notre secteur, nos professionnels et nos talents. »

LA RUÉE VERS L'OR ?

Dès les premières années de son existence, un des buts du Film Fund était évidemment celui de créer une véritable industrie du cinéma au Luxembourg, ce que d'aucuns considéraient comme une lubie à l'époque. Il fallait donc, d'un côté, soutenir les quelques réalisateurs, producteurs, acteurs et techniciens qui s'étaient déjà fait un nom, et, d'un autre côté, importer le savoir-faire de l'étranger afin de compléter leur formation et, bien sûr, proposer une formation à une nouvelle génération de techniciens.



INTERVIEW
STEPHAN ROELANTS
CEO Melusine / 352



Pour le Luxembourg, il est primordial de maintenir et de développer la qualité.



Ernest & Célestine, auquel votre société a largement contribué, a été honoré du César du meilleur long métrage d'animation et d'une nomination aux Oscars. Que signifient ces récompenses pour votre société et pour la Place du Luxembourg ?

« Pour nous, les prix et les sélections (Sundance, Ernest & Célestine; Cannes, *Panique au village* et *E&C*; Berlin, *Tante Hilda*; Annecy, *Ma Maman*; Toronto, *E&C* et *Song of the Sea*) sont le signe d'une reconnaissance de qualité. Il est important de ne pas trop les voir comme une finalité, mais comme une indication pour poursuivre notre ligne éditoriale. Le plus important, c'est de persévérer et d'assurer ce que nous produisons et ce que nous produirons demain. Pour le Luxembourg, il est primordial de maintenir et de développer la qualité de ce que nous faisons, cela place le pays sur la carte et nous distingue. Nous ne pouvons pas lutter en termes de quantité de productions, donc la qualité est le seul et véritable moyen de nous promouvoir et d'assurer l'avenir du secteur.

Est-ce que, depuis ces trophées, les prises de contact internationales et les demandes de renseignements sur le cinéma d'animation au Luxembourg ont augmenté ?

« Les nominations et sélections à des événements majeurs sont importantes pour assurer l'avenir. Ce sont non seulement le nombre de

contacts qui ont augmenté, mais surtout l'importance de ces contacts. Nous sommes approchés par des groupes ou des sociétés incontournables du secteur.

Cela nous donne la chance de participer à de beaux projets avec le luxe (dangereux) de pouvoir choisir.

Comment voyez-vous le futur du secteur au Luxembourg ? Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

« Le secteur commence à être internationalement reconnu. Il faut à présent redoubler d'efforts et d'attention pour le maintenir et le développer. Je le répète, ceci repose sur une qualité des projets et un sérieux de la production. Produire de l'animation est ce qu'il y a de plus difficile, car il faut du courage, de l'énergie et de l'endurance. La production prend du temps et coûte cher. *Song of the Sea* sort en décembre, les critiques nous laissent penser que l'avenir sera souriant. Nous avons terminé *Extraordinary Tales*, qui est en distribution internationale et entame sa carrière festivalière. Nous sommes en production sur *Mullewapp* et *Richard, the Stork*. Nous sommes en développement de *Ethel* et *Ernest*, avec Raymond Briggs (*When the wind blows*; *The Snowman*). Nous sommes en écriture sur *Les hirondelles de Kaboul* (réalisé par Zabou Breitman) et *Le sommet des Dieux* (de Jirô Taniguchi), réalisé par Éric Valli. Que des belles choses ! »



01.



02.

01. La promotion de l'industrie cinématographique luxembourgeoise, comme lors de la mission économique en Corée du Sud et au Japon, fait partie des missions essentielles du Film Fund Luxembourg. De g. à dr.: Trini Cuevas (Fabrique d'Images); Pierre Urbain (Doghouse Films); S.A.R. le Grand-Duc héritier; S.A.R. la Grande-Duchesse héritière; Guy Daleiden (Filmfond) et Stephan Roelants (Melusine / 352).

02. Le documentaire inclassable *Never Die Young*, réalisé par Pol Cruchten et produit par Red Lion, a séduit la critique et remporté le Prix du meilleur documentaire au dernier Filmpräis.

Ceci était uniquement possible en offrant aux producteurs luxembourgeois la possibilité de participer à des productions internationales. On a donc rapidement vu augmenter le nombre de coproductions internationales qui se tournaient dans notre pays, des téléfilms comme *One against the Wind* de Larry Elikann (1991), avec Judy Davis, Sam Neill et Anthony Higgins, *Sherlock Holmes and the Leading Lady* de Peter Sasdy, avec Christopher Lee, Patrick McNee et Morgan Fairchild ou encore *Warburg: A Man of Influence* de Moshé Mizrahi (1992), avec Sam Waterston, Jean-Pierre Cassel, Julian Glover, Dominique Sanda et Alexandra Stewart.

Cela dit, certains producteurs étrangers étaient surtout attirés par ce qu'ils ont dû percevoir comme une nouvelle ruée vers l'or pour faire ce que les Américains appellent un *quick buck*, en profitant au maximum des aides offertes, sans passer par les cases « qualité » et « formation » imaginées par le



Le Centre de Recherche Public Gabriel Lippmann
et le Centre de Recherche Public Henri Tudor
s'unissent pour devenir le **Luxembourg Institute
of Science and Technology** et renforcer
l'innovation au Luxembourg et en Europe.

Plus d'informations sur notre site LIST.lu

**DEMAIN
SERA
BEAUCOUP
PLUS
INNOVANT.**

L'AVENIR NOUS APPARTIENT.

LUXEMBOURG
INSTITUTE
OF SCIENCE
AND TECHNOLOGY





LES SALLES DE CINÉMA

Depuis le déclin des cinémas traditionnels dans les années 1980, l'exploitation cinématographique au Luxembourg est aux mains du groupe Utopia SA, qui gère les multiplex Utopolis au Kirchberg et à Belval, le miniplex Utopia au Limpertsberg, ainsi que la programmation de diverses salles à travers le pays. Images animées (anciennement Caramba) gère plusieurs petites salles de cinéma à Rumelange (Kursaal), Esch-sur-Alzette (Ariston, Kinosch), Mondorf (Waaserhaus) et Mersch (Ermesinde). À cela s'ajoute la très belle salle de la Cinémathèque de la Ville de Luxembourg.



01.



02.

législateur luxembourgeois. On a vu apparaître (et disparaître rapidement) une série de films tournés au Grand-Duché qui, pour rester gentil, n'étaient pas très sérieux. Le Film Fund et ses comités ont donc été obligés de réajuster leur tir afin de séparer le bon grain de l'ivraie. En 2000, une coproduction entre la Grande-Bretagne, les États-Unis et le Luxembourg, *Shadow of the Vampire* de Elias Merhige, avec John Malkovich, Willem Dafoe et Udo Kier valut une première nomination aux Oscars à une coproduction luxembourgeoise, Willem Dafoe ayant été nommé pour son interprétation de l'acteur allemand Max Schreck qui joua le rôle du vampire dans *Nosferatu* de Friedrich Wilhelm Murnau.

Le majestueux décor de Venise sur les friches des Terres rouges à Esch-sur-Alzette, qui avait été érigé pour le tournage de *Secret Passage* d'Ademir Kenovic, servit de toile de fond pour la ville de Delft dans *Girl*

with a Pearl Earring de Peter Webber (2003), avec Scarlett Johansson, Colin Firth et Tom Wilkinson. Ce film magnifique révéla le talent de Scarlett Johansson et il fut récompensé par trois nominations aux Oscars (décors, photographie, costumes) et 10 nominations aux BAFTA Film Awards. Il reste à ce jour une des plus belles réussites artistiques et commerciales du cinéma *made in Luxembourg*. Entre 1996 et 2004, le cinéaste britannique Peter Greenaway tourna plusieurs films au Grand-Duché durant ces années euphoriques, *The Pillow Book*, *8 1/2 Women* et *The Tulse Luper Suitcase*. Avec plus de 600 productions nationales et coproductions internationales rendues possibles grâce à l'existence du Film Fund, le Grand-Duché de Luxembourg s'est depuis créé une belle niche au sein du cinéma mondial.

ACCORDS ET ACCROCS DE COPRODUCTION

La réputation grandissante du Luxembourg en tant que partenaire sérieux a eu comme conséquence qu'au fil des années, des accords de coproduction ont été signés avec l'Allemagne, l'Autriche, le Canada, la France, l'Irlande et la Suisse. Depuis quelques années, on a notamment pu observer une nette augmentation des coproductions entre le Luxembourg et la France, aussi bien sur des longs métrages de fiction que sur des films d'animation. L'arrivée du TGV aidant, le ballet d'acteurs, de réalisateurs et de producteurs français renommés n'arrête plus de tourner, des synergies ont été créées entre des sociétés luxembourgeoises et françaises et les budgets de plus en plus de films ne sont bouclés que grâce à la participation du Grand-Duché en tant que coproducteur.



03.

01. Avec le Luxembourg City Film Festival, qui a notamment organisé une Masterclass Luc Dardenne (photo), le Grand-Duché dispose d'un digne successeur du feu Cinéyngma International Film Festival (1997-2007).

02. Scarlett Johansson est une des nombreuses stars ayant tourné au Luxembourg (dans *The Girl with a Pearl Earring*, Delux Productions).

03. *Schatzritter* de Laura Schroeder fut le premier film pour enfants tourné entièrement en langue luxembourgeoise. Il a été synchronisé pour le marché allemand.

Enfin, la renommée grandissante des sociétés spécialisées dans l'animation et la construction des studios Filmland très performants à Kehlen a encore amplifié cet engouement, le Luxembourg étant définitivement devenu une sorte de *one stop shop* avec un équipement haut de gamme, des partenaires fiables, des techniciens motivés et hautement qualifiés et un législateur qui affiche une nette volonté de fortifier l'évolution d'un secteur qui fait désormais partie intégrante de l'économie du pays. La crise économique aidant, on a cependant pu observer une certaine animosité des techniciens du cinéma français vis-à-vis du Luxembourg (et de la Belgique d'ailleurs) qui craignent une décentralisation trop importante de leur cinéma dans les pays voisins, alors que beaucoup de ces films ne pourraient plus se faire sans la participation de coproducteurs non français. Et il est - hélas - trop fréquent que des cinéastes et des producteurs français « oublient » de mentionner leurs partenaires étrangers lorsque leurs films sont honorés lors de remises de prix ou lors de leur présentation dans des festivals.

L'ANIMATION - UNE PERLE DANS LA COURONNE

« Je reviens d'une mission économique en Corée du Sud et au Japon. J'ai été agréablement étonné et surpris que tous nos interlocuteurs connaissaient parfaitement le Luxembourg et ses débouchés, plus particulièrement ceux offerts par notre secteur audiovisuel. Et tout le monde connaissait Mr. Hublot », s'enthousiasme Guy Daleiden à son retour d'Asie. En effet, le 2 mars 2014, le toujours jeune cinéma luxembourgeois connut l'accolade suprême quand les votants de l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences à



INTERVIEW
BERNARD MICHAUX
Producteur chez Lucil Film



C'est avant tout l'histoire qui doit me convaincre.



Outre plusieurs coproductions internationales, Lucil Film a misé sur le luxembourgeois pour ses films *Schatzritter*, *Mammejong* et la sitcom *Comeback*. Les films en luxembourgeois sont-ils essentiels pour accroître la popularité du cinéma « made chez nous » ?

« Quand cinq nouveaux films sortent par semaine, il est difficile pour chacun d'eux d'avoir un impact. La langue luxembourgeoise est certainement un moyen pour indiquer clairement au public : 'Je suis un film luxembourgeois !' Mais de nos jours, la langue ne suffit plus pour attirer des milliers de gens dans les salles. Une bonne stratégie marketing et une présence marquée dans les médias sont importantes pour dire au public d'aller voir les films luxembourgeois, pas uniquement parce qu'ils sont luxembourgeois, mais parce qu'ils sont équivalents à des productions internationales. Et, pour les 'petits' films, une langue considérée comme exotique par d'aucuns peut constituer un net avantage sur le marché international des festivals de cinéma.

Contrairement à d'autres producteurs visant souvent l'art et essai, vous vous intéressez davantage au cinéma « de genre » et « populaire ». Expliquez-nous cette préférence.

« Je m'intéresse à des films qui trouvent leur public. Pour

moi, 'populaire' ne signifie rien d'autre que d'essayer de produire, dès le début, un film qui sera vu par un public aussi nombreux que possible. Pour certains projets, ce potentiel de spectateurs est limité d'emblée, mais même dans ce cas de figure, on se doit d'essayer de maximiser leur potentiel. Les films que je veux produire sont ceux qui ont un potentiel grand public tout en gardant leur valeur artistique, donc des projets crossover. Mais c'est avant tout l'histoire qui doit me convaincre. En lisant le scénario, je suis en quelque sorte le premier spectateur d'un film. Et là, c'est moi qui dois être enthousiaste.

Vous êtes en train de préparer, avec le réalisateur Jeff Desom, le « premier vrai western luxembourgeois », *Dead Noon*. Dites-nous tout sur un projet qui fait saliver les cinéphiles.

« Nous travaillons depuis trois ans sur un western en langue anglaise. Le tournage est prévu en automne 2015 ou au printemps 2016, au Luxembourg et en Espagne. C'est l'histoire d'un conducteur, dont le train a déraillé suite à un hold-up, qui doit s'associer à un hors-la-loi réputé pour survivre en plein désert. Le film sera un mélange de plusieurs genres. Nous en sommes à la quatrième version du scénario et nous entamons le casting prochainement. Brûlez d'impatience ! »



INTERVIEW
JEFF DESOM
Réalisateur



J'espère que mon film fera tache d'encre.

Après avoir accumulé les récompenses pour vos courts métrages et vos clips musicaux, vous préparez votre premier long métrage, *Dead Noon*, un « western fantastique ». Pourquoi, justement, un « western » ?

« Il est vrai que je travaille sur un western, dont le début de tournage est prévu en automne 2015 ou au printemps 2016. Comme il n'y a pas de déserts au Luxembourg, nous avons prévu de tourner une partie du film en Espagne. Le film raconte la première journée de travail d'un jeune conducteur de trains dans l'ouest sauvage. Après une attaque sur son train, il essaie de survivre en plein désert. Je peux encore révéler que d'autres genres se mêleront au western. Je suis en train d'écrire la quatrième version du scénario et nous entamerons prochainement le casting des rôles. Si quelqu'un m'avait dit il y a un an que mon premier long métrage serait un western, je ne l'aurais pas cru. Puis un jour, l'histoire m'est venue tout simplement, il y avait plein d'éléments qui collaient d'emblée. Les chants de sirène du western sont dangereux et sans limite, ils m'offrent les conditions idéales pour que mon histoire prenne son envol.

Est-ce que vous pouvez déjà nous parler du casting ?

« Le film sera tourné en anglais. L'histoire se situant à une époque et à un endroit où les migrations jouaient un rôle important, nous aurons un mélange d'acteurs européens et américains. Nous discutons actuellement avec des agences de casting.

Est-ce que vous voyez votre film dans le cadre de la « renaissance » du genre « western », puisque les Danois s'y sont mis récemment avec *The Salvation* et que Luc Besson a produit *The Homesman* de Tommy Lee Jones ?

« Non. J'espère même que mon film fera tâche d'encre. Le western classique et ses stéréotypes m'intéressent au mieux dans un sens subversif. Des hommes durs opérant dans des paysages rugueux au sein d'un univers de corruption et d'assassinats, ce sont des choses sur lesquelles je ne pourrais que spéculer. Et on les a vues des milliers de fois. *Dead Noon* s'essayera plutôt à une forme inédite.

Vous venez de tourner un spot publicitaire pour une beauté fulgurante pour une marque d'eau minérale. Comment voyez-vous la collaboration entre cinéastes et publicité ?

« C'est ma première publicité, je ne peux donc pas parler d'expérience. Pour autant que je sache, le processus veut qu'un scénario préexiste pour une publicité avant même que le réalisateur vienne à bord. Mais dans ce cas précis, le client a voulu écouter mes idées et il a eu le courage d'investir dans mon pitch. Pour moi, ce fut un processus de création sans compromis où je pouvais opérer à ma façon, avec cette nette différence que j'avais accès à des moyens financiers que l'on a rarement à sa disposition. Le tournage au Luxembourg a duré trois jours. Une partie a été tournée aux studios Filmland, le reste en extérieurs à Wasserbillig et Flaxweiler. »



Ernest & Célestine, qui concourrait pour le prix du « Meilleur long métrage d'animation » dans le concours des Oscars (finalement gagné par *Frozen*), a remporté le César du meilleur long métrage d'animation en France.

Hollywood ont décerné l'Oscar du meilleur court métrage d'animation à *Mr. Hublot* de Laurent Witz et Alexandre Espigares, une coproduction majoritairement luxembourgeoise, qui a désormais fait le tour du monde. Aux Oscars 2014, une autre coproduction luxembourgeoise, *Ernest & Célestine*, avait été nommée dans la catégorie « Meilleur long métrage d'animation », mais c'est finalement *Frozen* des studios Disney qui a remporté la statuette. Guy Daleiden : « Recevoir l'Oscar du meilleur court métrage pour une œuvre luxembourgeoise, c'est quelque chose d'extraordinaire ! Arriver à une nomination aux Oscars, c'est déjà énorme ! Mais là, deux ! Pour le secteur de l'animation, cette récompense suprême est la confirmation internationale de sa compétence, de son excellence et de son savoir-faire ! Et pour le secteur audiovisuel en général, c'est une mise en lumière, un coup de projecteur important pour sa promotion et sa renommée. Sans parler de la mise en valeur du Luxembourg et de la diversification de ses activités. » Surtout que 12 mois plus tôt, *Ernest & Célestine* avait déjà remporté le César du meilleur long métrage d'animation en France.

Guy Daleiden : « Le secteur de l'animation n'a pas attendu ces belles récompenses pour recevoir ses lettres de noblesse sur la scène internationale. La plupart des sociétés de production d'animation du Grand-Duché ont obtenu au fil des ans une crédibilité importante dans le monde de l'audiovisuel et du cinéma. Nos studios et leurs artistes sont devenus des acteurs clés sur le plan européen. L'ensemble des techniques, des plus traditionnelles aux plus innovantes (stop motion, 2D, 3D, stéréoscopie, motion capture), est présent sur la palette des atouts du secteur. L'animation n'est pas seulement un mode d'expression cinématographique, elle est aussi présente dans le secteur du 'gaming'. Elle

Trusted IT Services Europe

Innovate & Conquer the European Market



3 TIER IV certified Data Centres

ISO 20000

ISO 27001

ISO 9001

PCI DSS Level 1

 e-Commerce

 BioTech & HealthCare

 International Institutions

 Media

 e-Payment

 Banking & Finance

 | **ebrc**
TRUSTED DATA CENTRE, CLOUD & MANAGED SERVICES

Check Out our Featured Case Studies on [EBRC.com](https://www.ebrc.com)



Fabriqué sur une période de six ans en dehors du système de soutien du Film Fund par la grande équipe de bénévoles du collectif Feierblumm asbl et pour un budget de 25.000 euros (+8.000 euros pour frais de marketing), le film de guerre *Heemwéi* de Sacha Bachim a créé la surprise en 2014 en attirant plus de 10.000 personnes dans les salles de cinéma. Un succès mérité qui est venu récompenser une équipe motivée et débrouillarde en diable.

est le laboratoire de l'imagerie de demain. C'est cette crédibilité qui permet aux professionnels luxembourgeois de participer à des œuvres majeures et d'en développer d'autres 'in house'. Témoins du dynamisme du secteur, quatre longs métrages d'animation coproduits par des sociétés luxembourgeoises sont attendus fin 2014, début 2015 : Le Prince et les 108 démons, Song of the Sea, The Golden Horse et Ooops! Noah is gone. Depuis l'Oscar pour Mr. Hublot, l'intérêt est considérable pour Laurent Witz, Alexandre Espigares et la société Zeilt Productions. La ville de New York a passé commande à Laurent pour un spot de promotion en faveur du don d'organes. »

LE FILM LUXO-LUXEMBOURGEOIS

Alors qu'à ses débuts, les succès du cinéma luxembourgeois étaient surtout dus à des films (comédies, films de guerre, documentaires) parlés en langue luxembourgeoise, le ballet des coproductions et la volonté de trouver accès dans les festivals du monde a fait que le luxembourgeois était un peu en retrait ces dernières années. Depuis peu, grâce notamment aux succès de *Doudege Wénkel* de Christophe Wagner et de *Heemwéi* de Sacha Bachim, le luxembourgeois reprend du poil de la bête. Dans les prochains mois, avec *Baby (a) lone* de Donato Rotunno, *Mammejong* de Jacques Molitor et, fin 2015, *Eng nei Zäit* de Christophe Wagner, trois longs métrages pensés et réalisés en luxembourgeois, sortiront sur nos écrans. Le cinéma d'animation ne sera pas en reste, les enfants luxembourgeois ayant notamment eu la chance de découvrir *Ernest & Célestine* et *Pinocchio* (d'Enzo d'Alò) dans leur propre langue.

Guy Daleiden : « Notre politique est de faire en sorte que le plus de films produits ou coproduits au Luxembourg soient montrés dans nos salles. Pour les longs métrages d'animation et les séries, ces productions s'adressent le plus souvent à un public jeune. Pour que ces œuvres soient plus facilement accessibles à ce public, nous avons mené deux actions. La première est d'obliger les producteurs de prévoir les frais de doublage en luxembourgeois dans le budget de production, ce qui permet de disposer systématiquement d'une version doublée en luxembourgeois et donc d'en faciliter l'exploitation sur notre territoire. La deuxième est menée en étroite collaboration avec RTL Lëtzebuerg : avec les producteurs d'animation luxembourgeois, nous travaillons sur la création d'une case 'jeunesse', qui sera une excellente fenêtre pour diffuser en luxembourgeois des séries produites dans les studios nationaux. La plupart de ces séries doit être doublée en luxembourgeois. Les deux partenaires ont donc débloqué des budgets pour prendre en charge ces dépenses. »

LA FIN DU DÉBUT

Le Luxembourg a accompli un long chemin depuis la première sélection au Festival de Cannes d'un film parlé en luxembourgeois, *Hochzäitsnuecht* de Pol Cruchten (1992). Le secteur est en constante évolution, des studios se sont créés, une myriade de techniciens accomplis s'est formée, les sélections dans les plus grands festivals et les accolades les plus prestigieuses sont venues récompenser le travail acharné de tous les acteurs du secteur depuis 25 ou 30 ans. Le Luxembourg existe définitivement sur la mappemonde du cinéma international, que ce soit dans le domaine de la fiction, du documentaire ou de l'animation, ce dernier nous ayant valu les plus belles récompenses à ce jour.

Si les infrastructures semblent donc bien être en place pour assurer un avenir radieux au secteur cinématographique luxembourgeois, celui-ci dépendra finalement d'un élément essentiel que l'argent seul ne pourra pas acheter, comme le souligne Stephan Roelants, directeur du studio d'animation Mélusine / 352, dont la philosophie est valable pour le secteur entier : « Pour nous, les prix et les sélections (dans les festivals) sont le signe d'une reconnaissance de qualité. Il est important de ne pas trop les voir comme une finalité, mais comme une indication pour poursuivre notre ligne éditoriale. Le plus important, c'est de persévérer et d'assurer ce que nous produisons et ce que nous produirons demain. Pour le Luxembourg, il est primordial de maintenir et de développer la qualité de ce que nous faisons, cela place le pays sur la carte et nous distingue. Nous ne pouvons pas lutter en termes de quantité de productions, donc la qualité est le seul et véritable moyen de nous promouvoir et d'assurer l'avenir du secteur. » ●



Merkur prend ici
un nouveau départ.
Pourquoi pas vous ?

SD Worx, le partenaire idéal pour optimiser la gestion de vos salaires !

En nous confiant la gestion de vos salaires,
vous avez accès à :

- Une expertise de plus de 10 ans
- Des outils performants
- Un suivi de l'actualité sociale et fiscale
- Une continuité des services prestés
- De l'innovation et de la proactivité

Contactez-nous pour obtenir plus d'informations sur nos services !

 **sdworx**
Result driven HR

PROJET DE BUDGET 2015 : AVIS DE LA CHAMBRE DE COMMERCE

(R)ÉVOLUTION BUDGÉTAIRE : EN ROUTE VERS DES FINANCES PUBLIQUES SOUTENABLES ?

Dans son avis sur le projet de budget des recettes et des dépenses de l'État pour l'exercice 2015 et sur le projet de loi de programmation financière pluriannuelle 2014-2018, la Chambre de Commerce constate de prometteuses avancées, mais considère en même temps que nombre de points positifs recèlent aussi une face cachée, potentiellement problématique.

Texte : Affaires économiques, Chambre de Commerce - Photos : Chambre de Commerce

La Chambre de Commerce prend note de la volonté du gouvernement d'atteindre l'objectif d'un surplus structurel des Administrations publiques de 0,5 % du PIB. Cet objectif s'étaye sur plus de 250 mesures. Certaines d'entre elles sont incisives, en particulier la suppression de l'allocation d'éducation. La Chambre de Commerce constate en outre la volonté de fournir un important effort en matière d'investissements publics et note avec le plus grand intérêt la mise en place d'un fonds souverain.

Le projet de budget 2015 présente cependant un revers à cette médaille a priori étincelante. Concernant la forme du budget, on peut regretter l'absence à

ce stade d'un budget orienté vers les performances. C'est là une œuvre de longue haleine, mais nécessaire pour que, in fine, les « évolutions » se transforment en une véritable « révolution » budgétaire.

Sur le fond, le projet de budget repose sur des prévisions macroéconomiques résolument dépassées. Les récentes prévisions de la Commission européenne sont moins optimistes que celles sur lesquelles repose le projet de budget. Il en est de même des prévisions du Statec du 11 novembre, qui se situent, pour l'année 2015, à un demi-point de pourcentage en-deçà des chiffres mis en avant dans les documents budgétaires.

S'y ajoute le fait que la consolidation,

appelée « trajectoire d'assainissement » dans le jargon bruxellois, repose sur une croissance supposée plus faible des dépenses de l'Administration centrale et de la Sécurité sociale sur la période 2014 à 2018 par rapport aux évolutions passées. Une telle modération des dépenses, qui est nécessaire et qui serait donc à saluer, présuppose toutefois un strict encadrement de la dynamique de certaines dépenses (notamment l'accord salarial dans la fonction publique et son effet d'entraînement sur le secteur conventionné), tout comme elle nécessite l'adoption de mesures structurelles sur le versant des dépenses au-delà du paquet d'avenir.

L'objectif budgétaire à moyen terme retenu par le gouvernement, soit un surplus structurel de 0,5 % du PIB, semble par ailleurs trop modeste à la Chambre de Commerce, à la lumière en particulier des coûts futurs du vieillissement. En outre, les mesures de consolidation reposent essentiellement sur un nouveau tour de vis fiscal, notamment la TVA et le prélèvement « d'avenir ». Enfin, pour devenir pleinement efficace, le fonds souverain intergénérationnel devrait bénéficier de transferts bien plus généreux que les 50 millions d'euros par an actuellement envisagés.

La Chambre de Commerce considère que le projet de budget 2015 présente un double visage. Si le projet renferme nombre de points positifs, chacun d'entre eux recèle en même temps divers aspects plus problématiques. Ces aspects sont successivement passés en revue ci-dessous, après un bref examen du contexte conjoncturel. Il existe encore un important potentiel



01.



02.

d'assainissement budgétaire, qui permettrait d'atteindre un équilibre des finances publiques plus ambitieux et de rehausser l'objectif budgétaire à moyen terme.

UNE ÉVALUATION CONJONCTURELLE TRÈS OPTIMISTE DANS LE PROJET DE BUDGET

La Chambre de Commerce considère que le projet de budget 2015 repose sur des hypothèses macroéconomiques trop optimistes. Les auteurs du projet estiment que « la croissance réelle du PIB est maintenant estimée à quelque 2,7 % » pour 2015 et que la croissance du PIB en volume « convergerait à moyen terme [...] vers un taux de quelque 3,5 % ».

“

Le projet de budget 2015 repose sur des hypothèses macro-économiques trop optimistes.

”

Il est en effet difficile de déceler les sources d'une telle croissance en 2015 et en 2016. Les nouvelles mesures en matière de

TVA, le prélèvement « d'avenir » de 0,5 % et la suppression de l'allocation d'éducation devraient peser sur la consommation privée. De plus, dans un contexte économique peu porteur au sein de la zone euro, la contribution des exportations nettes à la croissance du PIB devrait en 2015 et en 2016 être nettement en retrait du niveau atteint en 2014, comme le laissent augurer les prévisions d'automne 2014 de la Commission européenne.

Les investissements publics devraient en principe progresser de manière soutenue en 2015 et en 2016, mais il reste à voir si le programme d'investissements de l'État sera effectivement mis en œuvre. L'ensemble de l'édifice de la croissance ne peut au demeurant reposer sur la seule formation brute de capital fixe. Les résultats pour le Luxembourg de la toute récente enquête Eurochambres 2015 (voir article pages 66 à 70) font pressentir une évolution contrastée des investissements des entreprises en 2015. Elle serait globalement favorable dans les services mais nettement moins dans l'industrie.

La Chambre de Commerce est d'avis qu'il aurait été préférable de tableur sur un scénario central (qui se serait accompagné d'un scénario haut et d'un scénario bas) moins volontariste, compte tenu de la prudence

01. Le rapporteur du projet de loi budgétaire 2015, le député Franz Fayot (milieu), accompagné de Adel Adrovic, attaché parlementaire (LSAP) et Claude Tremont, secrétaire parlementaire (LSAP), a rencontré pour un échange de vues Carlo Thelen, directeur général, et Marc Wagener, directeur des affaires économiques de la Chambre de Commerce.

02. Quelques mesures d'économie sont de nature à peser sur la consommation privée.

dont doit nécessairement être empreinte toute gestion des finances publiques, en particulier dans un environnement toujours incertain où un choc de recettes négatif peut survenir à tout moment.

Ces considérations diverses sont d'ailleurs corroborées par la nouvelle mouture des prévisions du Statec, présentée à la Chambre des députés le 11 novembre 2014. Le Statec a, à cette occasion, fortement revu à la baisse ses perspectives de croissance pour 2015 (soit 2,2 %).

UN BUDGET PRÉSENTANT UN DOUBLE VISAGE

Le projet de budget 2015 renferme énormément de facettes, successivement abordées ci-dessous. Chaque facette peut être comparée à une pièce de monnaie comportant une face plus « étincelante » et une face plus terne.





La contribution des exportations nettes à la croissance du PIB devrait, en 2015 et en 2016, être nettement en retrait du niveau atteint en 2014.

Le format même du budget mérite une attention particulière, puisque le budget vient de connaître une profonde mutation. Il comporte un projet de budget pluriannuel, qui renferme notamment l'évolution des différents crédits budgétaires de l'État central de 2014 à 2018. Il permet à l'analyste de scruter la politique budgétaire jusqu'en 2018, au chef d'entreprise de mieux appréhender l'évolution du contexte fiscal d'ici 2018 et même aux ménages de mieux percevoir le financement des prestations sociales sur cette période. Cependant, ce tableau pluriannuel ne concerne que l'État central, à travers le prisme un peu réducteur de la comptabilité budgétaire « luxembourgeoise ».

La Chambre de Commerce considère qu'il faudrait, afin de respecter pleinement la loi du 12 juillet 2014 relative à la coordination et à la gouvernance des finances publiques, lui adjoindre d'autres tableaux pluriannuels, ventilant de manière détaillée les recettes et dépenses de l'ensemble des Administrations publiques (notamment les communes), conformément à la comptabilité « européenne » SEC 2010 qui donne le ton dans le cadre de la gouvernance européenne des finances publiques (« règle d'or » notamment). Enfin, la logique par ministères continue à prédominer dans les documents budgétaires, au détriment d'une approche par programmes, missions et actions, plus conforme à la logique de résultats que recommande la Chambre de Commerce depuis de nombreuses années. Une telle « révolution » ne peut certes s'accomplir du jour au lendemain, comme le

montrent diverses expériences étrangères. Raison de plus pour maintenir la cadence, voire accélérer le mouvement en la matière, pour transformer ces évolutions en une véritable révolution.

La trajectoire d'assainissement des finances publiques constitue un autre aspect crucial. Le principal objectif budgétaire du gouvernement est un surplus structurel de 0,5 % du PIB. La trajectoire pluriannuelle vers cet objectif est désormais bien décrite au sein du projet de budget lui-même et plus seulement en avril, dans le cadre de l'actualisation récurrente du « Programme de stabilité ». Cette clarification est louable, mais la Chambre de Commerce considère qu'un surplus structurel de 0,5 % du PIB ne suffira pas à faire face aux défis présents et futurs du Luxembourg. Compte tenu en particulier de la très vive progression attendue des dépenses futures de pension, de santé et d'assurance dépendance, un surplus structurel de 1,3 % du PIB s'imposerait. Le respect de l'objectif budgétaire exige en outre une



La logique par ministères continue à prédominer au détriment d'une approche par programmes, missions et actions.



stricte maîtrise des dépenses publiques. Le projet de budget repose sur une progression des dépenses publiques historiquement faible de 2014 à 2018, de 4,7 %

l'an en moyenne pour les dépenses de l'Administration centrale et de 4,1 % l'an pour celles de la Sécurité sociale. Ces taux ne sont pas historiquement faibles à cause des mesures de consolidation budgétaire, car la Chambre de Commerce les a calculés « avant mesures », sur la base des informations livrées dans les documents budgétaires. Une fois de plus, la médaille comporte deux faces antinomiques. D'une part, une croissance contenue des dépenses de 2014 à 2018 est tout à fait louable et même absolument nécessaire. Cependant, un tel objectif, qui implique une décélération de la progression des dépenses de plus de 2 % l'an par rapport aux 20 dernières années et donc par rapport au rythme de progression « spontané » des dépenses budgétaires luxembourgeoises ne pourra se matérialiser en l'absence d'un encadrement très strict des dépenses, d'une part, et de l'adoption de mesures structurelles supplémentaires, non encore spécifiées et donc s'ajoutant aux mesures du paquet d'avenir, d'autre part.

La Chambre de Commerce constate une même dualité en ce qui concerne les mesures de consolidation budgétaire. Elles sont décrites avec plus de précision

Le choix d'un lieu pour votre prochain évènement professionnel

Et si, pour votre entreprise, vous organisiez une réunion, efficace et constructive, dans un cadre approprié, plutôt que d'accumuler les meetings à la va-vite? Une journée qui fera date dans votre entreprise, une journée dont tous les participants se souviendront.

Nous en avons déjà tous fait l'expérience: en réunion, trop de temps est perdu pour des raisons logistiques ou tout simplement parce que les participants ne sont pas concentrés.

Entre les arrivées tardives des participants faute de parking disponible, les interruptions dues aux sonneries de portables, les après-midis poussives où tout le monde n'aspire qu'à une petite sieste après un lunch tout sauf sain et équilibré... toutes ces raisons que nous connaissons bien sont autant de facteurs d'échec et de pertes de temps.

Alors, prenons-nous à rêver un peu et imaginons votre réunion idéale à **MONDORF Domaine Thermal**. Cela commence par le choix du cadre. Un environnement beau et agréable mettra d'emblée vos participants à l'aise: ils se sentiront flattés d'être conviés dans un tel endroit. Loin du siège social ou de leur bureau habituel, ils seront débarrassés de leurs tracasseries du quotidien pour être concentrés à 100 %.

A quelques pas de la vallée de la Moselle, au cœur d'un parc arboré de plus de 40 hectares, le Domaine Thermal est loin de l'agitation de la ville. Dans les anciens bâtiments Al Thermen, datant du 19^e siècle, ou à L'Orangerie avec son jardin à la française, vous bénéficierez d'un endroit majestueux, garant de la réussite de votre manifestation.

Le Gift-Voucher

Un cadeau, 3 choix.
Le Gift-Voucher, véritable passeport pour un monde de bien-être. Vous choisirez entre 3 types de chèques-cadeaux : Blue, Silver ou Gold. A chaque chèque, 3 formules au choix pour votre bénéficiaire :

Forfait SPA

Soins et accès à l'ensemble des activités Wellness & Fitness

Plaisir DÉTENTE ou GOURMAND

Menu au Bistro Maus Kätti ou au restaurant De Jangeli ou nuitée au Mondorf Parc Hôtel****

Coffret de produits BIEN-ÊTRE

Retrouvez les bienfaits des produits de soins à domicile (Thalgo, Terraké, ...)

Toutes les informations sur mondorf.lu



Avec l'instauration d'un fonds souverain, le gouvernement répond à une revendication de longue date de la Chambre de Commerce.

qu'à l'accoutumée et certaines sont même incisives, en particulier l'abolition des allocations d'éducation et de maternité. Le paquet d'assainissement repose cependant principalement sur de nouvelles hausses d'impôts, en particulier la TVA et le prélèvement « d'avenir », qui ne vont certainement pas renforcer la compétitivité déjà en berne, faire baisser le chômage et donner lieu à des investissements supplémentaires.



La Chambre de Commerce note avec satisfaction l'importance des efforts d'investissement programmés par le gouvernement d'ici 2018.



Enfin, la Chambre de Commerce note avec satisfaction l'importance des efforts d'investissement programmés par le gouvernement d'ici 2018. Des infrastructures performantes revêtent en effet une importance considérable pour une économie très ouverte. Cependant, la Chambre espère dans le même temps que les autorités vont privilégier les projets les plus porteurs et que les taux de réalisation futurs des investissements ne seront pas, une fois de plus, nettement inférieurs à 100 %.

Dans un autre registre, la Chambre de Commerce se félicite de l'institution prévue d'un fonds souverain au Luxembourg. De tels fonds ont accumulé des actifs considérables dans divers pays constituant, à l'instar du Luxembourg, de petites économies ouvertes confrontées à nombre de

recettes publiques vulnérables (on songe par exemple pour le Luxembourg au « Tanktourismus », à la TVA électronique, à la taxe d'abonnement, etc.). Le fonds souverain permettrait de ne pas utiliser une partie de recettes vulnérables pour financer des dépenses récurrentes. Il devrait également garantir une gestion plus transparente, dynamique et cohérente des avoirs de l'État. Cependant, il est essentiel qu'un tel fonds

puisse réellement monter en puissance, ce qui suppose des versements annuels bien supérieurs aux dotations de l'ordre de 50 millions d'euros actuellement envisagées – sous l'hypothèse toutefois d'une amélioration de la conjoncture économique et de la situation financière de l'État.

UN IMPORTANT POTENTIEL D'ÉCONOMIES ADDITIONNELLES

Un objectif budgétaire à moyen terme plus exigeant consistant en un excédent structurel des Administrations publiques de 1,3 % du PIB est nécessaire aux yeux de la Chambre de Commerce dans le présent contexte luxembourgeois. Il en résulterait un effort de consolidation additionnel de 480 millions d'euros à l'horizon

2018. La Chambre de Commerce ne se contente cependant pas de recommander un tel effort : elle fournit dans la partie III « Recommandations » de son avis une liste de mesures permettant de couvrir l'intégralité de ce montant (563 millions d'euros). Introduites de façon graduelle donc dans une optique tout à fait pluriannuelle, en totale congruence avec le « nouveau budget », ces mesures se rapportent notamment aux dépenses fiscales (abattements, etc.), à l'impôt foncier, au forfait d'éducation, aux recrutements dans l'Administration centrale et enfin à l'allocation de fin d'année des pensionnés. Certaines de ces mesures pourraient par ailleurs n'être prises qu'en cas d'aggravation de la situation conjoncturelle.

Enfin, la Chambre de Commerce recommande l'intégration au budget pluriannuel d'informations plus précises sur la soutenabilité à long terme des finances publiques, sujet crucial au Luxembourg. Il s'agit notamment des perspectives à long terme des régimes spéciaux de pension, de la santé, de l'assurance dépendance ou encore des recettes publiques les plus vulnérables.

En résumé, si le nouveau projet de budget renferme d'intéressantes innovations, il met également en lumière divers défis ou insuffisances auxquels il importera de remédier dès que possible et au plus tard dans le cadre du projet de budget 2016. ●

L'information continue

Le texte intégral de l'avis budgétaire de la Chambre de Commerce est disponible sur le site internet www.cclu

The Lilith Project Sàrl
71, Avenue Gaston Diderich
L-1420 Luxembourg

Tel. 00 352 26 32 12 90
Fax 00 352 26 32 14 25
mail@lilith.lu

www.lilith.lu

Every 7 seconds
somewhere in the world, someone is
using an assessment developed
by TTI Success Insights

Shouldn't you?

ENQUÊTE EUROCHAMBRES 2015

ÉCLAIRCIE DANS LES SERVICES, GRISAILLE PERSISTANTE DANS L'INDUSTRIE

Les prévisions des chefs d'entreprises du Luxembourg en matière de climat des affaires, de chiffre d'affaires, d'emploi et d'investissements en disent long – sur l'état de l'économie du pays. La 22^e enquête Eurochambres, dont la Chambre de Commerce a réalisé le volet luxembourgeois, révèle que le temps du retour à l'optimisme n'est pas encore venu, même si les services ont plus de motifs de satisfaction que l'industrie.

Texte : Affaires économiques, Chambre de Commerce

De la lecture des résultats de l'enquête Eurochambres 2015 (EES2015)¹ se dégage un « optimisme prudent » de la part des entreprises luxembourgeoises. Ce constat est surtout valable pour les entreprises de services, pour lesquelles presque tous les indicateurs relatifs à l'évolution économique entre 2013 et 2014, ainsi que pour l'année 2015 (anticipations), sont en hausse.

La situation est plus contrastée dans le secteur de l'industrie, avec une amélioration du chiffre d'affaires et des investissements entre 2013 et 2014, mais des résultats toujours stables, voire à la baisse, dans les autres indicateurs de l'enquête. Les prévisions relatives à l'année 2015 sont également plus mitigées dans ce secteur, soit constantes, soit en baisse.

Force est de constater que, in fine, les indicateurs jugeant le climat des affaires en 2014, et à l'horizon 2015, demeurent plutôt négatifs. Le coût du travail n'est sans doute pas étranger à cette morosité ambiante puisqu'il est identifié comme « le » défi majeur auquel font face les entreprises, tous secteurs confondus, tant en 2014 que pour 2015.

CLIMAT DES AFFAIRES TOUJOURS MITIGÉ

Après une dégradation profonde et généralisée du climat des affaires en 2008 et 2009, on observe une timide amélioration de celui-ci depuis deux années consécutives, soit en 2013 et 2014, ainsi que pour 2015.

Les résultats de 2014 sont largement influencés par le secteur des services, avec une balance des réponses des entreprises

issues de ce secteur de -21,3 %, constituée de 35,1 % de réponses « défavorables » contre 13,8 % de réponses « favorables » (ce qui reste négatif, mais en moindre proportion qu'au sommet de la crise en 2008 et 2009). Quant au secteur de l'industrie, il repart à la baisse en 2014, avec une balance de -26,9 %, constituée de 37,7 % de réponses « défavorables » contre 10,8 % de réponses « favorables ».

Les attentes des entreprises de services

sont relativement stables à l'horizon 2015. En effet, une majorité d'entre elles, soit 55,3 %, ne s'attend à aucun changement du climat des affaires, alors que toujours plus d'entreprises le considèrent comme « défavorable » plutôt que « favorable » (à nouveau, en moindre proportion que par le passé).

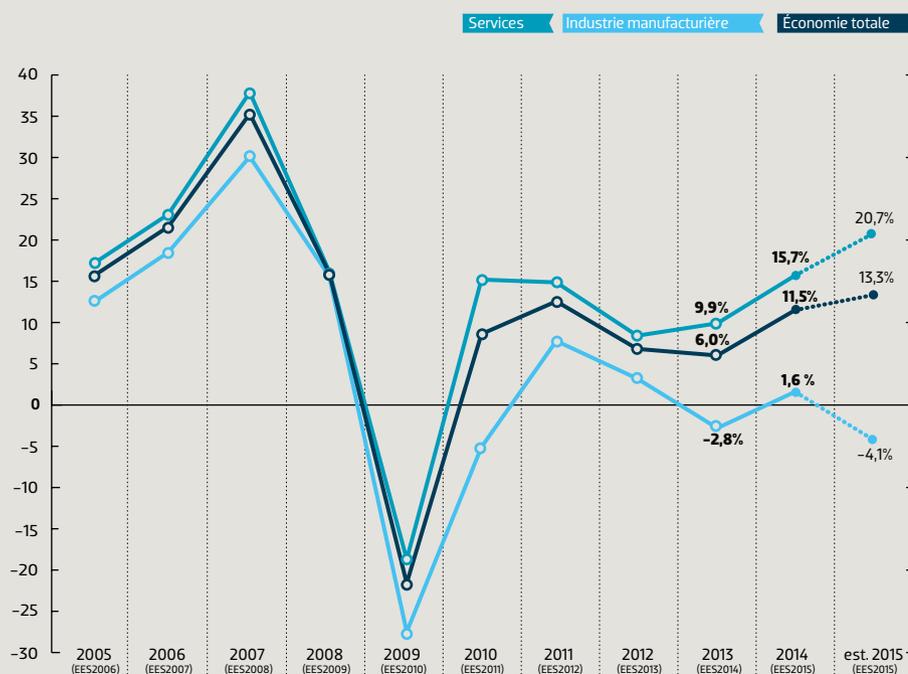
De leur côté, les attentes des entreprises industrielles oscillent entre un climat inchangé (55,4 %) pour 2015 et une

Soldes nets du climat des affaires² en 2014 et estimé pour 2015



L'écart se creuse entre industrie et services.

Soldes nets du chiffre d'affaires national³ en 2014 et estimé pour 2015



dégradation nette de celui-ci (39,5 % de réponses « défavorables » contre seulement 5,1 % de réponses « favorables », soit une balance de -34,4 %). Le secteur des exploitations minières, carrières, électricité, gaz et eau semble particulièrement touché par la morosité ambiante, ainsi que les petites (10 à 49 employés) et moyennes (50 à 99 employés) entreprises.

CHIFFRE D'AFFAIRES EN HAUSSE GÉNÉRALISÉE EN 2014

Dans le secteur des services, les indicateurs du chiffre d'affaires réalisé sur le sol luxembourgeois et à l'exportation sont en hausse, tant en 2014 que pour 2015. Certes, les niveaux atteints avant la crise ne sont pas encore de retour, mais un début de tendance haussière est observable.

La situation est plus nuancée dans le secteur industriel. Les indicateurs sont également en hausse en 2014 par rapport à 2013, indiquant que davantage de réponses « en hausse » plutôt qu'« en baisse » ont été données par les entreprises sondées. Néanmoins, une majorité d'entre elles a connu un chiffre d'affaires « constant » en 2014, et estime que ce sera pareil en 2015. De plus, davantage d'entreprises s'attendent à une baisse de leur chiffre d'affaires en 2015, tant au Luxembourg qu'à l'international.

UNE RELANCE DE L'EMPLOI DE COURTE DURÉE

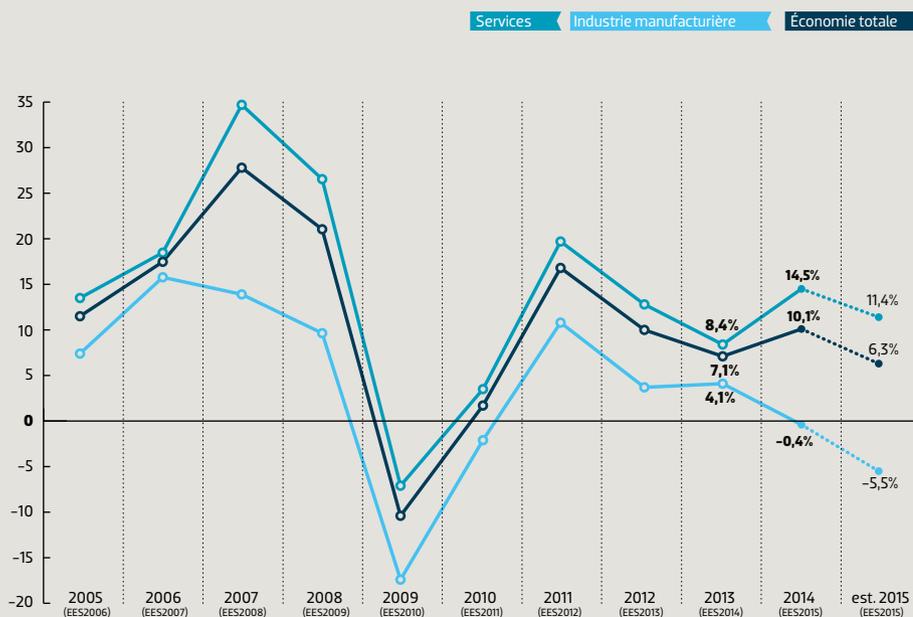
Dans le secteur des services, le solde de l'emploi⁵ en 2014 est positif et confirme la tendance à la hausse généralisée des autres indicateurs du secteur. Malgré les nombreux plans sociaux touchant le secteur de la banque privée, les entreprises du secteur financier semblent particulièrement concernées par une hausse de leurs effectifs en 2014, de même que les moyennes (de 50 à 99 employés) et les grandes (de 500 à 999 employés) entreprises. La hausse de l'emploi devrait ralentir en 2015 cependant, avec une majorité d'entreprises (62,9 %) estimant que son effectif sera « constant », ou en légère hausse, mais de moindre ampleur.

Le solde de l'emploi du secteur industriel est à la baisse (et négatif) en 2014 et 2015.

Soldes nets du chiffre d'affaires à l'exportation⁴ en 2014 et estimé pour 2015



Embellie en 2014, mais estimations 2015 plus que prudentes.

Soldes nets de l'emploi⁶ en 2014 et estimé pour 2015

Pas encore de regain pour l'emploi.

Soldes nets des investissements⁷ en 2014 et estimés pour 2015

Des prévisions d'investissements qui reflètent la santé des secteurs.

Cela s'explique principalement par le fait qu'une majorité d'entreprises n'augmentera ni ne diminuera ses effectifs (58,4 % et 73,8 % de réponses « emploi constant » en 2014 et 2015, respectivement). Cette stabilité est surtout présente dans les entreprises de construction ainsi que les petites entreprises industrielles de 10 à 49 employés.

DES POLITIQUES D'INVESTISSEMENT CONTRASTÉES

Bien que les niveaux d'investissements d'avant crise soient encore loin d'être à nouveau atteints, on observe une hausse consécutive de deux années des investissements dans le secteur des services, soit en 2013 et 2014, ainsi que pour 2015. Cette tendance à la hausse est à considérer avec prudence cependant, car la part d'entreprises du secteur jugeant leurs investissements « constants » en 2014 (55,3 %), et pour 2015 (60,0 %), demeure élevée.

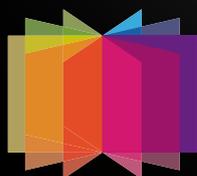
ENCART MÉTHODOLOGIQUE DE L'ENQUÊTE EES2015

L'Association des Chambres de Commerce et d'Industrie européennes, Eurochambres⁸, a procédé cette année à la 22^e édition de son enquête annuelle sur la conjoncture européenne. Cette enquête qualitative est basée sur un questionnaire harmonisé qui est envoyé aux entreprises européennes. La Chambre de Commerce a réalisé l'enquête Eurochambres 2015 au Grand-Duché de Luxembourg en collaboration avec TNS-Ilres, qui a effectué la collecte des données par téléphone début octobre 2014. Le panel de départ comptait 1.000 entreprises du secteur industriel et manufacturier ainsi que du secteur des services. Les entreprises interrogées sont réparties selon la nomenclature européenne NACE-REV2. Sept catégories d'activité sont répertoriées au sein des deux secteurs,

industriel et manufacturier d'une part et des services, d'autre part. Sur l'ensemble des entreprises interrogées, 640 ont répondu au questionnaire (soit un taux de réponse de 64 %), dont 223 du secteur industriel et manufacturier (35 %) et 417 du secteur des services (65 %). L'échantillon, qui inclut les entreprises d'au moins 10 salariés⁹, est donc représentatif de tous les secteurs de l'économie luxembourgeoise, exception faite de l'agriculture, de la santé et de l'administration. L'économie du Luxembourg se compose principalement de petites et moyennes entreprises. Afin de donner une image représentative de l'économie luxembourgeoise, les résultats ont été pondérés et sont ainsi supposés s'appliquer à toute société luxembourgeoise correspondant aux critères de l'étude.

COMMANDEZ VOS EXEMPLAIRES DÈS AUJOURD'HUI

www.houseoftraining.lu



HOUSE OF TRAINING
YOUR GATEWAY TO SUCCESS



7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg-Kirchberg
T (+352) 423939-220
F (+352) 423939-820
info@lsc.lu
www.lsc.lu

IFBL
L'INSTITUT

12, rue Erasme
B.P. 13, L-2010 Luxembourg
T +352 46 50 16 - 1
F +352 46 50 19
customer@ifbl.lu
www.ifbl.lu

Une majorité des entreprises industrielles sondées, soit 59,3 %, estime que ses investissements sont également restés stables entre 2013 et 2014, et le resteront en 2015 (63,4 %). Néanmoins, davantage d'entreprises ont vu leurs investissements croître (21,6 %) plutôt que baisser (19,1 %) en 2014 et le solde de leurs réponses apparaît donc positif (2,5 %) et en hausse par rapport aux années précédentes. Pas pour longtemps apparemment, puisque les attentes semblent s'inverser dans ce domaine en 2015.

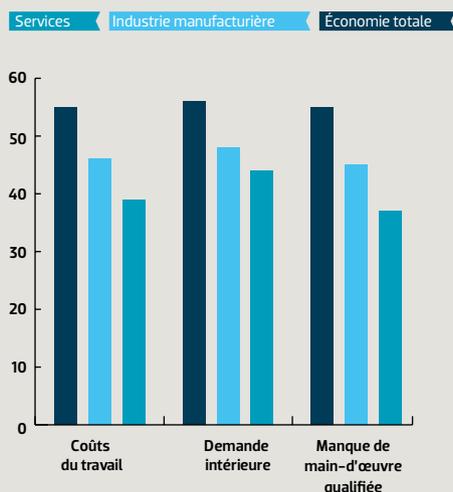
LE DÉFI MAJEUR DU COÛT DU TRAVAIL

Pour la première fois depuis que l'enquête existe, il a été demandé aux entreprises d'identifier un maximum de trois grands défis pour l'année en cours et l'année 2015.

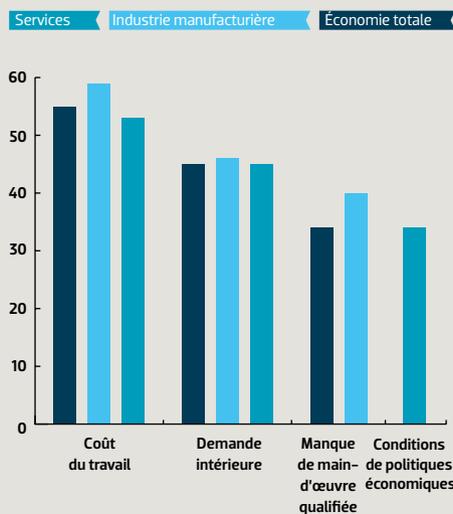
Les résultats sont sans appel : une majorité d'entreprises interrogées (55 %) identifie le coût du travail comme défi majeur, tant en 2014 qu'en 2015. L'industrie manufacturière est particulièrement préoccupée par ce problème pour 2015, puisque 59 % des entreprises interrogées issues de ce secteur le citent. Ce taux atteint même 70 % dans le secteur de fabrication de produits métalliques, de machines et de matériel de transport.

Le deuxième plus grand défi identifié, tous secteurs confondus, est celui de la demande intérieure mitigée, tant en 2014 (46 % de réponses) qu'en 2015 (45 %). Le troisième plus grand défi identifié pour l'année en cours est, quant à lui, celui du manque de main-d'œuvre qualifiée, tant dans l'industrie manufacturière (44 %) que dans les services (37 %). Pour 2015, les conditions de politiques économiques inquiètent plus particulièrement les sociétés de services (34 %), et notamment le secteur financier (44 %), alors que le manque de main-d'œuvre qualifiée inquiète toujours l'industrie manufacturière (40 %), particulièrement les entreprises d'exploitations minières, carrières, électricité, gaz et eau (55 %) et de la construction (43 %). ●

Les trois plus grands défis en 2014



Les trois plus grands défis attendus pour 2015



Consensus sur les challenges pour l'avenir.

NOTES EXPLICATIVES :

1. Cette 22^e enquête Eurochambres, l'EES2015, apprécie l'évolution des principaux indicateurs de la vie économique des entreprises luxembourgeoises en 2014 par rapport à 2013, et met en évidence leurs prévisions pour l'année 2015. L'enquête appréhende, en outre, les différences entre le secteur manufacturier et le secteur des services, et livre une analyse sur base de la taille des entreprises. La méthodologie complète de l'enquête se trouve page 68.

2. Pour le climat des affaires, les soldes pour 2014 (ou 2015) correspondent à la différence entre le pourcentage d'entreprises ayant choisi la réponse « climat des affaires plus favorable en 2014 (ou 2015) par rapport à 2013 (ou 2014) » et le pourcentage d'entreprises ayant répondu « climat des affaires moins favorable en 2014 (ou 2015) par rapport à 2013 (ou 2014) ».

3. Pour le chiffre d'affaires national, les soldes pour 2014 (ou 2015) correspondent à la différence entre le pourcentage d'entreprises ayant choisi la réponse « chiffre d'affaires national en hausse en 2014 (ou 2015) par rapport à 2013 (ou 2014) » et le pourcentage d'entreprises ayant répondu « chiffre d'affaires national en baisse en 2014 (ou 2015) par rapport à 2013 (ou 2014) ».

4. Pour le chiffre d'affaires à l'international, les soldes pour 2014 (ou 2015) correspondent à la différence entre le pourcentage d'entreprises ayant choisi la réponse « chiffre d'affaires

à l'exportation en hausse en 2014 (ou 2015) par rapport à 2013 (ou 2014) » et le pourcentage d'entreprises ayant répondu « chiffre d'affaires à l'exportation en baisse en 2014 (ou 2015) par rapport à 2013 (ou 2014) ».

5. 6. Le solde de l'emploi correspond à la différence entre le pourcentage d'entreprises ayant choisi la réponse « hausse de l'emploi entre 2013 et 2014 » et le pourcentage d'entreprises ayant répondu « baisse de l'emploi entre 2013 et 2014 ».

7. Pour les investissements, les soldes pour 2014 (ou 2015) correspondent à la différence entre le pourcentage d'entreprises ayant choisi la réponse « investissements en hausse en 2014 (ou 2015) par rapport à 2013 (ou 2014) » et le pourcentage d'entreprises ayant répondu « investissements en baisse en 2014 (ou 2015) par rapport à 2013 (ou 2014) ».

8. Eurochambres regroupe 45 Chambres de Commerce et d'Industrie nationales et 2.000 régionales et locales. Elle représente quelque 20 millions d'entreprises en Europe. La mission de l'association, qui a son siège à Bruxelles, est de défendre les intérêts des milieux d'affaires européens et de promouvoir et de renforcer les relations et la collaboration entre les Chambres de Commerce européennes (www.eurochambres.eu).

9. Ainsi, l'étude exclut les micro-entreprises de moins de 10 salariés.

L'information continue

Les résultats complets de l'enquête 2015 peuvent être consultés sur le site d'Eurochambres (www.eurochambres.eu) et sur le site internet de la Chambre de Commerce (www.ccl.lu).

Partenaire Salesforce

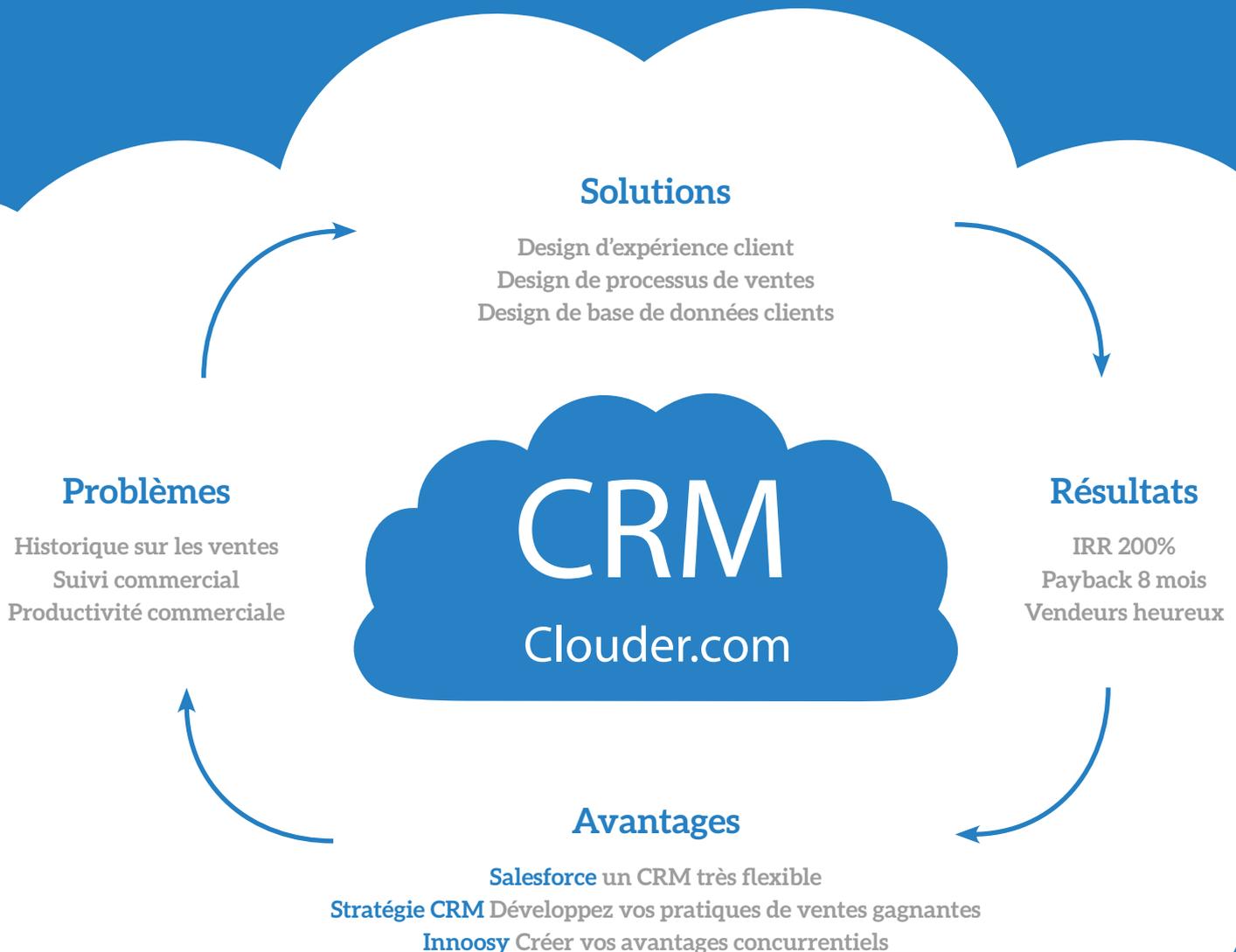
L'innovation au service de la vente...

Augmentez vos marges !

Améliorez votre stratégie CRM

Installez un CRM rapide et simple d'utilisation avec Salesforce

Différentier vos offres avec l'unique méthode d'innovation basée sur TRIZ spécialisée pour les ventes appelée Innoosy



AUTOMOTIVE INDUSTRY

BMW WANTS TO BE LIKE APPLE, REIMAGINING HOW CARS ARE SOLD

Cars haven't been indispensable consumer goods for years, particularly when it comes to young urbanites, who have other available transportation options. The sector is being forced to make buying a car more of an experience and BMW's use of product geniuses reflects a larger shift in the way cars are sold.

Text: Andre Tauber/Die Welt/The Interview People

Tobias Fröhlich no longer wears a suit and tie to work. The former BMW salesman dons a white polo shirt and blue trousers for his job at a new branch of the Munich firm where he greets customers with a smile, iPad in hand.

Fröhlich is a "product genius" and as such is part of the new sales concept BMW has been introducing to its German dealers for about a year. That's another way of saying adviser. It's a concept BMW learned from Apple, where there have long been young experts to advise clients without putting sales pressure on.

BMW's use of product geniuses reflects a larger shift in the way cars are sold. Cars haven't been indispensable consumer goods for years, particularly when it comes to young urbanites, who have other available transportation options, including car sharing.

The sector, as a result, is being forced to make buying a car more of an experience, something that — apart from the little scenes that some dealerships stage when they turn over the keys to a customer — car companies avoided doing for years.

READING THE WRITING ON THE WALL

Dealerships may set themselves up in modern palaces, but behind the glass façade things usually proceed exactly as they did in the last century. Customers make an appointment with a suit-and-tie-wearing salesman who then closes the sale filling out all the papers like some kind of functionary.

Ian Robertson, the BMW's group's chief of distribution and marketing, is in the

process of changing all that. *"The car industry is 100 years old, and cars have changed a lot during that period. But the concept of how to sell cars has stayed the same for a long time,"* he told *Die Welt*.

The sector can no longer afford this, and has been aware for a while now that they are losing the young market segment. People who buy new cars are increasingly older. If young buyers decide to buy a car it's often a second-hand one.

“

The car industry is 100 years old, and cars have changed a lot during that period. But the concept of how to sell cars has stayed the same for a long time.

”

When the car market was booming, the sector could ignore the writing on the wall. Nowadays, competition has become cut-throat. Sometimes the dealerships can only sell by giving huge discounts. They make their money with replacement parts, service and used vehicles. There's little profit in new cars, if any.

Resigned, many dealers give up. And what that means is that formerly independent dealerships belong to ever-larger groups. In Germany, the market leader is a Stuttgart-based group called Emil Frey followed by AVAG in Augsburg and Gottfried Schultz GmbH in Ratingen.

The future will see fewer and fewer dealerships outside cities — *"car dealers will be concentrated in bigger cities with service facilities on the outskirts,"* says Willi Diez,

director of the Institute of Automotive Business at the University of Applied Sciences for Economics and the Environment in Nürtingen-Geislingen.

Currently Daimler is seeking buyers for some of its dealerships and in the past few years BMW too has been looking to reduce the number of its dealers. Dealerships that stay in business simply represent more brands than before and thus increase their chances of turning a profit. *"What's important,"* says Robertson, *"is that our dealers make a profit so they can invest."*

Big fancy sales palaces in large cities such as Munich, Berlin, Cologne and Hamburg will probably continue to be important as they are showcases for brands. Their influence extends well beyond their immediate geographical area, which is probably



Tobias Fröhlich is a "product genius" and as such is part of the new sales concept BMW has been introducing to its German dealers for about a year.

why BMW invested 65 million euros in the new Kaiserdamm dealership that opened this spring in Berlin.

The company uses its new sales concept, which it calls “*Future Retail*,” here as well. By the end of the year, 100 of the 527 BMW garages in Germany should be using it too, and all of them should be by latest 2016.

“*The point is to get customers into the cars much earlier than we did before*,” says Nicolas Polydoros, sales head at the Berlin branch. “*Their visit to the dealership has to be made more interesting.*”

TURNING DEALERSHIPS INTO BOUTIQUES

Tobias Fröhlich, who is one of the brand’s 1,380 product geniuses worldwide, is supposed to help with just that. His desk is near an electric BMW, the i3, and this is where he asks customers to take a seat. “*I then find out*

exactly what they want a car for,” he says.

After that, Fröhlich calls up relevant BMW vehicles on his screen so that customers can see them from the inside, outside, and every possible perspective. Resolution is so high they have no trouble telling the difference between raw and soft leather used for interior fittings.

He stresses that these are advisory, not sales, discussions. “*I don’t get a commission if the customer buys*,” the product genius says. The pressure to close is thus reduced, and it’s only if the customer displays concrete interest that Fröhlich turns him or her over to one of the salespeople sitting at desks opposite his.

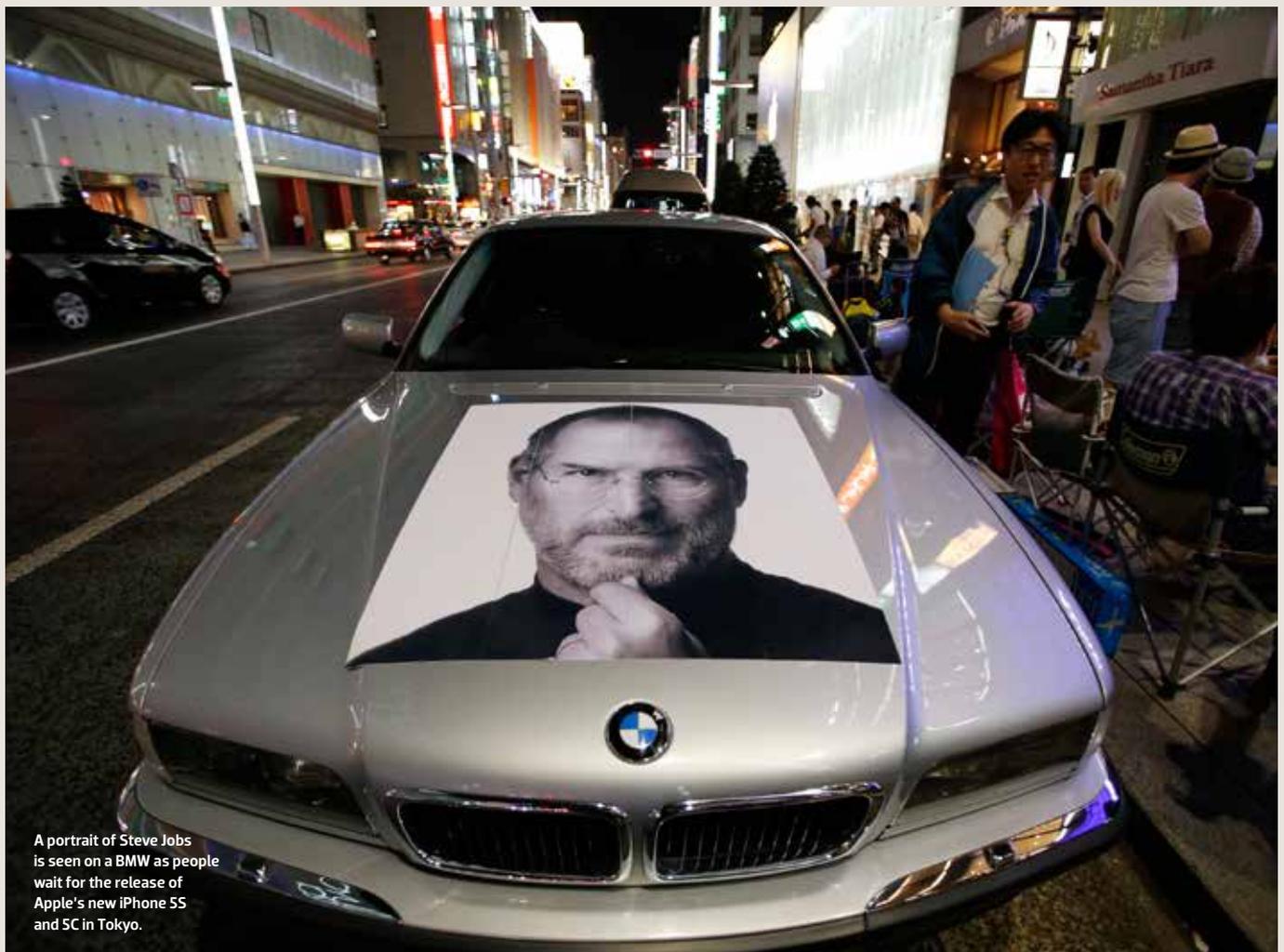
Fröhlich takes his time. His agenda for the coming week is full, and he blocks up to three hours for clients. “*If somebody tests a car they want somebody to talk about it with when they get back*,” he explains.

That sounds expensive, but remember,

Fröhlich isn’t selling anything. The investment can still be worthwhile for BMW as Fröhlich also ensures that when the customers reach sales staff the latter can focus exclusively on the nitty-gritty: selling. He often brings clients over who just want to hear the financing details before signing, thus earning the salesperson an easy commission.

On-site advice no longer has the importance it used to have. Anybody visiting a dealership today pretty much knows what car they want to buy, having researched it thoroughly on the Internet. “*Ten years ago customers visited on average four times before they bought a car*,” says BMW distribution boss Robertson. “*Now they often come just once — 90% of them have already checked everything out on the web.*”

Dealers have to learn how to handle that. “*Some dealers claim that fewer and fewer people are coming to the showroom*,” Robertson



A portrait of Steve Jobs is seen on a BMW as people wait for the release of Apple's new iPhone 5S and 5C in Tokyo.

Save the date

24 et 25 février 2015

Les Journées de l'Économie 2015

Retrouvez les informations relatives à l'édition 2014 sur : www.economydays.lu

Sous le patronage de :



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

Conférence organisée par :



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



En collaboration avec :



Partenaires média :





Apple's subterranean flagship store on Fifth Avenue in Manhattan was designed to make buying Apple products a unique experience.

Photo: Trey Ratcliff, Wallpapers Wide

says. *"I say, no, it's still the same number of people. They're just coming fewer times. Dealers who don't want to lose their relevance for the customer have to change."*

That also means creating a buying experience along the lines of what luxury brands such as Louis Vuitton provide. *"We've looked at a few companies in the luxury industry,"* says Robertson. *"They tell a story about their brand and their products. We do that too. We want to create a whole new buying experience."*

Other brands have recognized this need as well - in big world cities Audi has created virtual showrooms where customers can configure their own car, and Mercedes has dealerships that function like boutiques.

But things can't stay there. *"We have to go to the client,"* says Ian Robertson when asked

“
Anybody visiting a dealership today pretty much knows what car they want to buy, having researched it thoroughly on the Internet.

”
where the sector will be heading over the next few years. *"That's why I tell our dealers not to build additional service space in their garages. Car maintenance in the future will be conducted on site, when the owner isn't using the vehicle, for example in the evening when he or she is at home."* Should that become reality, car dealerships of the future will have even fewer people in them. ●

Acrosport
Jeu de relais
Escalade
Trampoline
Plongeon
Aqua-fit
Aqua-jogging
Football
Basket
Volley
Hockey
Handball
Kin ball...



Forgez une équipe

- + COMBATIVE
- + EPANOUIE
- + PRODUCTIVE

TEAM BUILDING SOLUTIONS

Sport collectif ou individuel, tournois, activités ludiques, ...

Profitez du cadre hors norme de la Coque, de ses infrastructures exceptionnelles ainsi que de son encadrement professionnel pour :

- améliorer la coopération et souder les liens d'une équipe qui gagne
- pousser chacun à la confiance et au dépassement de soi



www.coque.lu
Business solutions



LE CHIFFRE DU MOIS



MAUVAISE NOTE

Du point de vue du taux de redoublement, le Luxembourg est l'un des plus mauvais élèves de la classe Europe. Mais ceci ne peut pas être considéré comme une fatalité due à la part importante de population issue de l'immigration ou aux trois langues officielles du pays. Focus et analyse par deux économistes de la Chambre de Commerce.

Le taux de redoublement du Luxembourg est parmi les plus élevés d'Europe. L'origine migratoire et la situation socio-économique de l'élève et de sa famille semblent avoir une forte influence sur le risque de redoublement. L'absentéisme répété, notamment pour des raisons de santé ou familiales, est également un des critères susceptibles d'amener un élève à redoubler. Le redoublement peut aussi être induit par la perte de motivation de l'élève suite à une succession de redoublements antérieurs. Il s'avère toutefois, selon différentes enquêtes et études, que le recours trop systématique au redoublement conduit à des résultats insatisfaisants et peut même avoir des effets inverses à ceux escomptés. Pourtant, la suppression pure et simple du redoublement n'est pas une panacée. Diverses mesures doivent être mises en place, afin de limiter le phénomène et de mieux encadrer les redoublants. Via des réformes, des réponses à ce problème multidimensionnel dans ses causes et conséquences doivent être apportées. ●



Marc Wagener,
Directeur
Affaires économiques

REGARD SUR LA FORMATION PROFESSIONNELLE INITIALE

Il est dommage et préjudiciable pour l'ensemble de la société qu'actuellement au Luxembourg la formation professionnelle ne soit que trop rarement reconnue à sa juste valeur. Trop souvent encore, la formation professionnelle est perçue comme « dernière solution » pour les élèves qui ne parviennent pas à suivre les autres filières.

Or, former des spécialistes, dans des filières industrielles et artisanales notamment, pourrait se révéler très bénéfique pour l'économie luxembourgeoise. L'Allemagne est souvent citée en exemple en ce qui concerne la formation professionnelle, tant pour le système que pour la mentalité sous-jacente.

C'est donc, par-dessus tout, un changement de paradigme et de mentalité qui est nécessaire au Grand-Duché s'il veut profiter à l'avenir pleinement de ce potentiel sous-exploité à un coût budgétaire moindre.



Christel Chatelain,
Attachée
Affaires économiques

REGARD SUR LES RÉPONSES POSSIBLES AU REDOUBLEMENT

Un taux de redoublement si important ne peut que laisser supposer que le système n'est pas aussi efficient, efficace et équitable que souhaité.

Il serait toutefois possible d'améliorer la donne, en proposant notamment un encadrement plus individualisé, en mettant en œuvre des méthodes pédagogiques mieux adaptées à l'hétérogénéité, en créant des passerelles entre les niveaux de l'enseignement ou encore en introduisant une aide à la transition entre les enseignements fondamental et secondaire.

À défaut, une société à deux vitesses risque de voir le jour, avec, d'une part, des élèves performants capables de suivre le parcours scolaire luxembourgeois, et d'autre part, des exclus du système juste parce que ce dernier tient insuffisamment compte de leurs différences et origines, alors que la diversité est précisément un atout du Luxembourg.

Vous êtes différent, JOIN aussi !



OSEZ LE CHANGEMENT.

JOIN vous fait profiter des meilleurs réseaux, celui de POST au Luxembourg et Base en Belgique, tout en incluant la 4G pour tous dans tous ses plans tarifaires. Les formules d'abonnement sont adaptables à tout moment, même pour une courte durée. Grâce à notre plateforme « My JOIN », vous avez une vue actualisée de vos consommations et vous pouvez à tout moment rajouter des options, mois par mois. Profitez en plus des appels entrants gratuits en Europe. JOIN vous rend la connectivité 3.0 vraiment accessible. Et ça change tout.

Luxembourg-Ville
Place Guillaume II, 46

Luxembourg-Gasperich
Centre commercial Primavera

Luxembourg-Hamm
Rue de Bitbourg, 11

Bertrange
Belle Etoile Shopping Center

Esch-sur-Alzette
Rue de l'Alzette, 90

Ettelbrück
Grand-Rue, 26

Oberpallen
Shopping Village Pall Center

Pommerloch
Knauf Shopping Center

Schmiede
Knauf Shopping Center

NEW
Messancy
Cora Shopping Center

joinexperience.com join join joinexperience Join Experience



IDÉE DU MOIS

DIX RÉOLUTIONS POUR LA CULTURE

La culture est un élément de base essentiel pour la cohésion sociale, ainsi qu'un formidable levier de développement économique, d'image de marque et de création de richesses.

Conscients de ces enjeux, les pouvoirs publics luxembourgeois ont affiché, notamment au moment où Luxembourg fut Capitale européenne de la culture, un fort volontarisme en matière culturelle.

Texte : Fondation IDEA

Si le Luxembourg dispose actuellement de formidables attraits et atouts culturels, il n'en demeure pas moins vrai qu'un nouveau souffle est nécessaire dans ce domaine. La Fondation Idea fait plusieurs constats :

- La démocratisation n'est pas totale, certaines franges de la population ne participent pas assez aux manifestations culturelles ;

- La priorité accordée au développement de l'offre (infrastructures), sans investir dans la familiarisation aux sorties culturelles et sans toujours tenir compte des spécificités de la demande, fait que certaines installations peinent à trouver et / ou à fidéliser leur public ;

- L'effort financier public en faveur de la culture est sur une tendance baissière et le mécénat culturel n'est pas encore assez développé pour compenser cette baisse ;

- Enfin, les compétences nécessaires pour permettre au pays d'être leader pour les activités culturelles et créatives à fort contenu technologique (jeux vidéo, medias numériques, etc.) font quelquefois défaut.

DIX RÉOLUTIONS

Le Plan de développement culturel, évoqué dans le programme gouvernemental, doit réussir l'exploit d'être à la fois un plan de renouveau, de reconquête et de redéploiement culturel. La Fondation Idea avance 10 résolutions à même d'alimenter ce plan :

01. Favoriser l'essor du tourisme culturel en rapprochant les structures administratives dédiées au tourisme du ministère de la Culture ;



01.



02.

02. Mettre sur pied un programme ambitieux de promotion de la « destination Luxembourg » ; valoriser la richesse culturelle que représente le multilinguisme au Luxembourg ;

03. Donner pleinement corps et croire au « jeu coopératif » entre partenaires culturels de la Grande Région ;

04. Favoriser l'accès le plus large possible du public à la culture, en tenant compte du « particularisme » démographique et linguistique du Luxembourg, et au travers de la politique éducative ;

05. Développer des offres culturelles adaptées aux touristes d'affaires ;

06. Lancer un programme de type « le code informatique est aussi important que le permis de conduire » afin de faire rentrer le numérique et l'informatique dans les écoles, et augmenter l'appétence des jeunes pour les métiers en lien avec les TIC ;

01. Philharmonie

02. Mudam

07. Permettre que tout résident du Luxembourg puisse suivre les émissions culturelles diffusées à la radio publique 100,7, et donc ne plus y proposer des émissions quasi exclusivement en langue luxembourgeoise ;

08. Intéresser les frontaliers à la vie culturelle du Luxembourg ;

09. Étudier la possibilité de recourir à des instances indépendantes et transparentes d'attribution des subventions culturelles, et encourager fortement les instituts culturels à dégager progressivement un pourcentage minimal de recettes propres ;

10. Valoriser au travers de publications récurrentes les activités et attraits culturels du pays. En conséquence, la cellule statistique du ministère de la Culture (CoStac) devrait se mettre à l'*open data* et ainsi renseigner statistiquement sur l'importance de la culture au Luxembourg. ●



ENTREPRISE
SOCIALEMENT
RESPONSABLE



LES ENTREPRISES LUXEMBOURGEOISES S'ENGAGENT. **ET VOUS ?**

La responsabilité sociale des entreprises (RSE) crée de la **valeur pour votre entreprise et pour la société**. Saisissez l'opportunité d'une démarche RSE pour votre entreprise, valorisez vos initiatives, améliorez vos performances, tout en bénéficiant d'un accompagnement pour obtenir le label ESR. L'INDR vous guide dans l'évolution de vos engagements responsables.

Pour devenir acteur du changement, consultez gratuitement
le nouveau **Guide ESR** sur www.esr.lu

ÉDUCATION ▶

Comprenez les bienfaits
de la RSE

ÉVALUATION ▶

Testez la responsabilité
de votre entreprise

ENGAGEMENT ▶

Affirmez votre
engagement RSE

LABEL **ESR**

Confirmez votre responsabilité
et valorisez votre entreprise



Le Guide ESR a été développé en collaboration avec les principaux acteurs nationaux en matière de RSE, les experts agréés de l'INDR et les membres de l'UEL suivants :



PREMIÈRE MATINALE IDEA

DÉBAT ANIMÉ SUR L'IMAGE DE MARQUE DU LUXEMBOURG

35 personnes ont répondu à l'invitation de la Fondation IDEA pour assister le 29 octobre à la première Matinale qui avait pour thème « Nation Branding – nouveau positionnement du Grand-Duché ». Cette Matinale, qui s'est tenue en présence de Tania Berchem, coordinatrice générale pour la promotion de l'image de marque du Luxembourg auprès du ministère des Affaires étrangères et européennes, a été le lieu d'un échange ouvert au sujet de la nouvelle stratégie de Nation Branding du Grand-Duché.

Texte: Fondation Idea - Photos: Chambre de Commerce / ONT

M. Marc Wagener, directeur des affaires courantes de la Fondation IDEA, a ouvert la séance avec une présentation de l'Idée du mois n°3 « Nation Branding – nouveau positionnement du Grand-Duché », dont l'argument central est l'importance d'axer la stratégie d'affirmation de l'image de marque du Luxembourg autour de son positionnement foncièrement européen. Le slogan : « Il n'y a pas plus européen que le Luxembourg », phrase extraite de cette publication, exprime cette position.

Mme Tania Berchem a rappelé que les initiatives en matière de promotion du Luxembourg ne manquent pas, mais qu'il y avait nécessité de les rendre plus intégrées et convergentes. Elle a ensuite exposé la raison

d'être, l'histoire, les réalisations du comité interministériel et interinstitutionnel *Nation Branding*, ainsi que la méthode de travail mise en œuvre en vue de dégager une stratégie affirmée, claire et coordonnée de promotion de la « marque » Luxembourg, une marque qui doit grandir de l'intérieur vers l'extérieur. Elle a également précisé que le comité *Nation Branding* poursuit pour l'instant un calendrier bien rempli et ambitieux, et que les premières actions pour asseoir la nouvelle image de marque du pays devraient être entreprises dans le cadre de la future Présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union européenne, à partir du deuxième semestre 2015. En conclusion, Mme Berchem a souligné que cette marque

Luxembourg devra être authentique, partagée par la population et unique pour être crédible et visible.

Lors de la deuxième partie de la Matinale, le public a été invité à partager ses idées par rapport à ce sujet hautement émotionnel. Citons parmi les idées proposées la valorisation du multilinguisme et du multiculturalisme luxembourgeois, l'utilisation, à côté du label « *Made in Luxembourg* », d'un label « *Designed in Luxembourg* » ou « *Invented in Luxembourg* », l'intégration du système éducatif dans le processus de construction et d'appropriation de la marque Luxembourg, le rôle d'ambassadeur et de porteur d'histoire à assumer en partie par les entreprises du Luxembourg et la nécessité d'éviter que les messages consensuels retenus pour la promotion du pays ne soient que le plus « petit dénominateur commun ».

Les échanges animés et la pertinence des interventions lors de cette première Matinale ont confirmé que le sujet du *nation branding* est un sujet multidimensionnel et émotionnel, un sujet qui polarise, un sujet où tout un chacun a « quelque chose à dire ». ●

L'information continue sur www.fondation-idea.lu



01.



02.



03.

01. Salle comble pour la première Matinale Idea.

02. Marc Wagener et Tania Berchem.

03. Avec la campagne orchestrée autour des LuxLeaks, la stratégie Nation Branding viendra à point nommé.

editusb2b

Hei & Elo !

NOUVELLE
ÉDITION
2015

Annuaire Business to Business Luxembourg & Grande Région

ENTREZ EN CONTACT
avec le réseau de décideurs clés



Demandez votre exemplaire de
l'annuaire Editus B2B Edition 2015
par e-mail à : abo@editus.lu



BOOSTER VOTRE BUSINESS
www.editus.lu

MICHEL WURTH

« MON PLUS GRAND REGRET EST QUE NOUS NE SOMMES TOUJOURS PAS PARVENUS À RÉDUIRE LE CHÔMAGE »

Si Michel Wurth, figure emblématique de l'économie luxembourgeoise, a réorienté sa carrière professionnelle en quittant au printemps dernier, à l'âge de 60 ans, la direction du premier groupe sidérurgique mondial, ArcelorMittal, il est bien décidé à continuer son engagement pour l'économie et le monde des entreprises luxembourgeoises. Rétrospective sur l'année écoulée et perspective pour 2015 avec l'entrepreneur, qui pour la troisième fois consécutive a été reconduit à la présidence de la Chambre de Commerce.

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

En passant en revue l'année qui s'achève, quels sont les moments qui vous auront le plus marqué ?

« Il y en a eu tellement, mais je m'inquiète comme beaucoup d'observateurs de la tournure que les événements ont pris au Moyen-Orient avec l'avènement de l'État islamique, qui a proclamé le rétablissement d'un califat sur des territoires en Irak et en Syrie et y bafoue dramatiquement les droits de l'Homme. Un autre fait inquiétant est la dégradation des relations politiques entre l'Ukraine et la Russie, et par conséquent entre la Russie et l'Union européenne. Cela nous rappelle que la paix en Europe n'est pas un cadeau du ciel, mais un bien qu'il faut chérir et cultiver. Il est cependant intéressant de voir que si dans le conflit qui oppose la Russie à l'Ukraine la situation n'a finalement pas connu l'escalade fatale, c'est aussi grâce à la diplomatie économique et aux menaces de sanctions et de représailles économiques. Mais également grâce au bon sens, qui, je l'espère, finira par raisonner les différentes parties que d'un point de vue économique, il n'y aurait pas de gagnant dans cette affaire, mais juste des perdants, dont la population civile ukrainienne, avec un groupe qui perdrait éventuellement moins vite que l'autre... »

Au Luxembourg, 2014 restera évidemment en mémoire pour avoir été l'année du changement politique avec la constitution du gouvernement Gambia issu des élections anticipées du 20 octobre 2013. La nouvelle équipe sous la présidence de

Xavier Bettel et avec le concours du vice-Premier ministre Étienne Schneider, de Pierre Gramegna et des autres ministres se veut résolument réformatrice au niveau de la société, de l'économie et des finances publiques, ce qui a suscité beaucoup d'attentes de la part des entreprises.

“

La Chambre de Commerce restera engagée sur la voie de l'innovation et de l'excellence au service de ses membres affiliés, dont l'écrasante majorité sont des PME.

”

L'année restera aussi dans les annales pour la nomination de Jean-Claude Juncker à la présidence de la Commission européenne. Cette nomination était tout sauf gagnée d'avance et si elle n'a pas fait l'unanimité en Europe, je reste persuadé que pour notre pays, c'est un honneur et pour l'Europe aussi, c'est un bon choix qui est susceptible de modifier l'équilibre politique entre les institutions européennes.

Sur un plan personnel, je me suis particulièrement réjoui de la confiance que

l'assemblée plénière de la Chambre de Commerce m'a témoignée en me proposant pour une troisième fois consécutive le mandat de président. Sous les mandatures précédentes, nous avons fait de beaux efforts au niveau de notre offre de services adaptés aux besoins spécifiques de nos ressortissants. Évidemment, le monde change et je reste très motivé pour que la Chambre de Commerce reste engagée sur la voie de l'innovation et de l'excellence dans l'intérêt de ses membres affiliés, dont l'écrasante majorité sont des petites et moyennes entreprises.

Quels auront été votre plus grand regret et meilleur souvenir ?

« Mon plus grand regret est que nous ne sommes toujours pas parvenus à réduire le chômage et, par-delà, l'exclusion. En Europe comme au Luxembourg, le chômage a encore augmenté et reste le fléau n°1 qu'il faut impérativement combattre de manière prioritaire. Malheureusement, aucune solution durable n'a pu être trouvée en 2014 et je crains bien que sans retour de la croissance et sans volonté politique forte, qui devra également mobiliser les entreprises, la situation sur le marché du travail ne continue à se détériorer.

Je garderai - heureusement - aussi de bons souvenirs de 2014. Un premier et excellent souvenir qui me vient à l'esprit est un événement qui est malheureusement un peu passé inaperçu. Il s'agit de la mise sur orbite des premiers satellites de la société O3B, dans laquelle SES est le principal actionnaire, qui s'est fixé pour objectif de fournir un accès internet haut débit par satellite aux marchés émergents, d'où le nom de la société : the Other 3 Billion. À terme, O3B desservira un marché de 3 milliards de clients dans des régions où l'internet reste peu développé. C'est une formidable avancée à laquelle le Luxembourg participe, via SES. 2014 restera aussi l'année où des médecins français auront réussi la première implantation d'un cœur artificiel. C'est un exploit qui va donner un nouvel espoir à de nombreuses personnes et montre que la médecine continue à faire des miracles avec comme objectif d'améliorer la longévité et la qualité de la vie pour tous. Pour terminer, je dirais que je



Le 22 avril 2014, Michel Wurth a été reconduit pour un troisième mandat consécutif à la présidence de la Chambre de Commerce.



Michel Wurth cite les lancements réussis en 2014 de la House of Training, qui constitue le premier pas vers une Maison de formation du patronat, et du think tank IDEA comme deux exemples concrets de la volonté d'innovation de la Chambre de Commerce.

suis fier d'avoir pu, en ma qualité de vice-président de la Croix-Rouge luxembourgeoise, participer au 100^e anniversaire de cette organisation, qui a pour seul but de combattre la souffrance et la misère dans le monde et dans le pays. *Menschen helfen*, notre nouvelle devise, devrait nous inspirer tous, donateurs de sang, bénévoles, secouristes, donateurs et les 1.800 collaborateurs qui travaillent pour la Croix-Rouge luxembourgeoise.

Le gouvernement a annoncé en octobre ses priorités pour les mois et années à venir. Quelle appréciation portez-vous sur cette feuille de route ?

« Le gouvernement s'est fait élire sur la promesse de réformer le pays et je constate que des premières réformes ont bien été faites dans le domaine sociétal. C'est bien, mais d'autres réformes devront maintenant suivre dans les domaines économique et financier. La direction qui consiste à vouloir assainir les finances publiques est à saluer. Un satisfecit doit aussi être délivré

à la méthode de revue des dépenses avec une 'chasse aux dépenses non productives ni justifiées' pour donner corps à l'esprit du 'faire mieux avec moins de moyens'. Maintenant, il s'agira de voir si les nombreuses mesures annoncées, notamment celles concernant une maîtrise de la dépense publique, seront effectivement mises en œuvre dans les années à venir.

Tout n'est bien entendu pas idéal dans cette feuille de route : il était annoncé dans le programme du gouvernement que la réduction des dépenses représenterait la part la plus importante dans la consolidation. Hélas, il n'en est rien. Ainsi pour 2015, 70 % des efforts reposent sur des hausses de recettes, et à l'horizon 2018, plus de la moitié de la consolidation résultera de hausses des prélèvements de l'État. Le gouvernement a présenté pour ce budget 'nouvelle génération' le Pacte d'avenir articulé autour de quatre axes, à savoir une société équitable, une politique pour plus de chances, un État moderne et une utilisation plus responsable de l'argent du contribuable. Souhaitons,

pour le bien du pays, qu'il présente - pour quoi pas en 2015, soit avant la réforme fiscale évoquée pour 2016 - un Pacte de compétitivité articulé autour des entreprises. Celles-ci en ont besoin, car au cours de la dernière décennie, notre inflation a été plus forte, les coûts salariaux ont augmenté bien plus que la productivité des entreprises et notre pays a perdu des parts de marché importantes à l'exportation, le corollaire en étant un quasi-doublement du chômage depuis 2008.

Début 2014, vous avez été reconduit pour un troisième mandat à la présidence de la CC. Sur quels projets souhaitez-vous mettre l'accent durant cette nouvelle présidence ?

« La grande priorité de la Chambre de Commerce est toujours d'apporter la réponse la plus pertinente possible à la question : 'Comment aider au mieux nos membres, qui - faut-il le rappeler - sont majoritairement des PME ?' C'est la raison pour laquelle nous allons intensifier davantage nos efforts en matière de promotion de l'entrepreneuriat,



Ne cherchez plus.
Trouvez!

NOUVEAU SITE WEB

sales-lentz.lu

Vos besoins de mobilité. Nos solutions.



Sales-Lentz
moving people



Business zu Lëtzebuerg

**PAPERJAM
CLUB**

LEARN.
BE INSPIRED.
NETWORK.

**MAISON
MODERNE®**

Discover all **170 events**
of the paperJam Club
season 7 programme on
www.Paperjam.club.lu

Member of lifelong-learning.lu



en soutenant notamment des initiatives nouvelles comme *MyStart2Go*, proposée par la Business Initiative asbl, dont nous sommes le partenaire. Une des nombreuses autres voies que la Chambre de Commerce continuera à emprunter est d'élaborer des recommandations en vue d'aider le gouvernement à apporter au pays le changement nécessaire à sa modernisation. Je parle de suggestions

et la main-d'œuvre disponible, que ce soit au niveau de l'enseignement fondamental ou secondaire, de l'apprentissage ou encore de la formation continue. Finalement nous souhaitons donner notre soutien à la modernisation de Luxexpo, dont nous sommes le premier actionnaire et qui est une vitrine de choix pour les secteurs du commerce, de l'artisanat et du tourisme de congrès.

à ses résidents et aux frontaliers un niveau de vie qui est le plus élevé en Europe. Je leur offrirais aussi un marché du travail qui leur permette de trouver les candidats qualifiés dont ils ont besoin pour développer leurs activités. Le retour à la croissance dans la zone euro et une croissance plus vigoureuse encore au Grand-Duché feraient évidemment aussi un beau cadeau, puisque nos ressortissants souffrent avant tout de l'incertitude qui règne sur la situation économique en Europe.

“

Si le conflit qui oppose la Russie à l'Ukraine n'a finalement pas connu l'escalade fatale, c'est aussi grâce à la diplomatie économique et aux menaces de sanctions et de représailles économiques.

”

concernant un assainissement durable des finances publiques, notamment par un nouveau modèle de croissance économique et des mesures permettant de réduire le chômage. L'intensification de notre bonne collaboration avec la Chambre des Métiers et la discussion à laquelle nous sommes ouverts pour voir jusqu'où elle pourra nous mener est une autre priorité pour mieux servir les intérêts de toutes les PME. Nous continuerons à mettre toute notre énergie dans la promotion des exportations et de l'investissement étranger dans notre pays.

Par ailleurs, la Chambre de Commerce va suivre de très près certains nouveaux dossiers gouvernementaux qui me semblent particulièrement importants pour nos ressortissants, à savoir la simplification administrative ou encore le *nation branding*. Il faudra également que la loi Omnibus, qui est un pas dans la bonne direction, soit complétée par un volet apportant une solution durable à la problématique du coût et de la cascade des études d'impact environnemental qui retardent trop souvent encore le développement de projets d'entreprises et des promotions immobilières. D'ailleurs, la Chambre de Commerce va continuer à plaider pour des mesures de soutien aux investissements des entreprises afin de préparer la croissance de demain, des mesures qui améliorent la productivité du facteur travail, ainsi que des mesures qui permettent de réduire l'actuelle inadéquation entre les besoins du marché du travail

En matière d'éducation et de formation continue, la Chambre de Commerce, à travers la Luxembourg School for Commerce, a justement été très active ces cinq dernières années avec la création de la Luxembourg Business Academy, le développement de l'offre de formation en matière de création d'entreprises ou, tout récemment encore, le lancement de la House of Training, qui constitue le premier pas vers une Maison de formation du patronat. Les idées ne manquent pas : je pourrais citer comme autre exemple le lancement réussi – sur la base de la grande expérience de *2030.lu* – du *think tank* IDEA en 2014 ; de même, la Chambre de Commerce va rester engagée sur la voie de l'innovation, notamment dans le domaine de la communication où des efforts de modernisation considérables ont été faits ces dernières années. La nouvelle formule du *Merkur* en est d'ailleurs une très belle illustration.

Imaginez un moment que vous pourriez faire un cadeau de Noël aux ressortissants de la CC. Quel serait-il ?

« S'il n'en fallait faire qu'un seul, je souhaiterais que tous les acteurs au Luxembourg reconnaissent que ce sont les entreprises, et en particulier les 50.000 ressortissants de notre Chambre, qui, grâce à l'engagement inlassable de leurs dirigeants et collaborateurs et avec le soutien de leurs actionnaires, créent toute la richesse produite dans notre pays et permettent au Luxembourg d'offrir

Comment passerez-vous les fêtes de fin d'année ?

« Je crains de ne pas vous surprendre par un élan d'originalité, puisque comme autant d'autres Luxembourgeois, je passerai Noël en famille et la Saint-Sylvestre au ski avec des amis proches. » ●

PORTRAIT

Figure majeure de l'économie nationale, Michel Wurth, 60 ans, a effectué sa carrière professionnelle chez ArcelorMittal, qui était encore Arbed lorsqu'il y entre en 1979. Au sein de la direction générale, il accompagne la création d'Arcelor en 2002, puis d'ArcelorMittal en 2006 et occupe, jusqu'au printemps 2014, la direction de la branche mondiale des aciers longs au carbone. Il est, depuis, membre du conseil d'administration au niveau du groupe et président du conseil d'administration d'ArcelorMittal Luxembourg. Élu décideur économique le plus influent par le magazine *Paperjam* en 2008, il entame un troisième mandat à la présidence de la Chambre de Commerce en avril 2014 et est également, depuis 2004, président de l'Union des entreprises luxembourgeoises (UEL). Il préside les conseils de Paul Wurth et de BIP, siège chez BGL BNP Paribas, est membre du conseil de la Banque centrale du Luxembourg et est vice-président de la Croix-Rouge luxembourgeoise.

steffen traiteur

CÉLÉBRER AVEC SAVOIR, SERVIR AVEC AMOUR.



**FOOD & BEVERAGE
CREATIVE EXCELLENCE AWARD**

**Steffen Traiteur a été élu Best
Catering Partner en 2009,
2010, 2012, 2013.**



RÉCEPTION D'ENTREPRISE OU MARIAGE PRIVÉ, BANQUET DE PRESTIGE OU COCKTAIL DÎNATOIRE.

Réussir l'organisation de votre événement, c'est faire confiance à une équipe engagée dont le savoir-faire est rigoureux et l'expertise minutieuse. Autant dans la préparation de l'événement que dans sa célébration. Mais c'est finalement le sens du service et l'amour de notre métier, qui seront la meilleure garantie pour vous d'atteindre la pleine satisfaction.

GRAND ENTRETIEN

ROBERT DE NIRO

“IT’S KIND OF FUN TO CREATE A PLACE YOU WOULD LIKE TO BE AT”

We all know his movies and his famous lines. Even the different expressions of Robert De Niro's face are iconic. And then there's De Niro the traveler and entrepreneur, which many people don't know about. The actor's own Greenwich hotel in New York's Tribeca area could be described as an ultra-chic boutique hotel. The man who's just known as Bob to his staff opens up on his experience as a hotel and restaurant manager.

Interview: Cezar Greif/Cool Hunt/The Interview People – Photos: Marco Grob

This hotel where we did the photo shoot, the Greenwich, has a real artistic sensibility, it's not a gimmick like so many other boutique hotels. Could you tell us how you got involved in the Greenwich hotel? It has a lot of personality, it's very unique.

“I put a lot of work in it – me and my partner. We supervised every detail. It's not perfect, but I tried to do as much as I could. I was involved in everything. It was an eclectic project. Ira Drukier, my partner, and I were deciding everything. He had the practical experience running other boutique hotels. I had the land. I always thought if I didn't do an addition to the film center [Robert De Niro owns the film production company in the adjacent building], I would do a hotel, a nice hotel. I'd have fun designing it, I thought. He's been a very good partner and his aesthetic is good. He's more like a producer/director and has experience running hotels. I'm more in charge of the visual aspect, making sure we adhere to a certain aesthetic.

If we had only one designer do it there would always be something I wouldn't like. It has to come out of feeling. We mocked up the outer brick wall by meeting these Irish brick makers in Long island city. We all liked it but I said ‘let's do a mock-up’ to get a sense of how it looks en masse, as opposed to just a couple of bricks. I thought of the corner of the hotel be round as opposed to being angular, I thought it would be nicer. The room we just shot in was inspired by artist studios uptown on the Westside, on 57th street.

I thought it would be nice to have two stories windows. David Rockwell designed it. I wanted real fireplaces downstairs, it gives a whole other feeling. Take a look around! The penthouse space was created by Axel Vervoordt, a Belgian furniture designer. He's not an architect per se, but he does houses for high-end people that's very tasteful. He's very special and has a great aesthetic. He has a chateau in Belgium and has great tastes. All of the artwork in the hotel is my father's. If you go downstairs you'll see it in the lobby, the restaurant, in the back.

“

There were instances where people were saying: ‘*You just do the restaurant, you just stay over there.*’ I said: ‘No.’

”

Did you always feel this connection to your neighborhood and to New York, or was there some time when you got tired of New York and you wanted to live somewhere else?

“I always wanted to live in New York. I go to LA all the time, but I never wanted to do anything other than work there, I never wanted to live there. Then I saw this building and put a restaurant in there, the Tribeca Grill, the first restaurant we started.

And then I put in the offices. And then other people came in, like the Weinstein brothers with Miramax (now the Weinstein Company). People have taken floors. Spielberg has a floor. I liked this area. I had moved out here earlier, and I wanted to set something up here. It wasn't easy.

Nobu's Beijing restaurant has become quite popular with the fashion elite in China. Did you always have a fondness for Japanese food? How did you decide to start a partnership with Nobu Matsuhisa?

“I was in LA right after Matsuhisa restaurant opened. I told Nobu: ‘*If you ever want to open a Japanese restaurant in New York, let me know.*’ He contacted me and my partners about a year later, and that's how it started. The first one was right up the street over here. I knew that Nobu was special. There are a lot of Japanese restaurants in New York and they're good... but when I tasted his food, I thought: ‘*This is special, people are going to like this.*’

You recently launched Nobu hotel in Vegas. How would you define it compared to the Greenwich hotel? Is it the typical difference between a boutique hotel and a chain hotel, since there will be more Nobus?

“It's a different thing. With the Nobu hotel, so many places are asking us to put a Nobu restaurant in them, I said: ‘*Why not do a Nobu hotel and put a restaurant in it!*’ Why do we need to help other hotels get a certain cachet, a certain credibility by putting a Nobu restaurant in them? Why don't we do it ourselves since we have a real brand? Why are we allowing others to take advantage of it and exploit it? Let's take advantage of it ourselves! This kind of opportunity rarely comes along, if ever.

There were instances where people were saying: ‘*You just do the restaurant, you just stay over there.*’ I said: ‘No.’ Anybody can do it. How did you wind up doing this? Maybe you came from a family already in the hotel business, but excuse me! We have something that's very real, that people want. Why not try to move forward with it? We try to find strategic partners in each country where we go. It's that simple.



Robert De Niro in the top floor of his Greenwich hotel in New York's Tribeca area, just adjacent to the offices of the Tribeca Film Center, which he runs with Jane Rosenthal to bring together and support the New York City film community.

Do you plan to launch Nobu hotels in other countries?

“There’s one in Manila, one in Ryad [Saudi Arabia]. And plans for more, that we’re talking about now. If we never tried it, we would’ve never known. The most important thing is that the Nobu Hotel is very interesting and good. It has an Asian concept, since it’s Nobu, the service is great. You don’t know it until you try it.

You travel a lot for work, either shooting movies abroad or promoting them on global scale. Does traveling sometimes inspire your work?

“It depends on the movie. When I was doing *The Good Sheppard* [De Niro directed this movie], going to Russia, the idea of the Kremlin, of the Cold War, intrigued me. I had been going to Russia many times before the wall came down, when it was a completely different world. It’s totally transformed now. That’s another thing I’d never thought I’d see.

Can you tell us about your impression the first time you went to China?

“The first time I went was in Hong Kong. It was before it was handed over to China. I went to Shanghai about three years ago for the first time. And also to Beijing and Xi’an. I’d always wanted to go, and I brought my kids, some of my younger children. We had a very interesting time and met great people. We saw all the things the tourist see, the Great Wall, etc. I’ve been back a few times since. I like it. It’s an amazing country! I didn’t have any expectation, because I hadn’t seen how it was before. It’s not the same as Russia, for example.

Do you have favorite hotels around the world that you like going back to?

“Sure. The Hotel du Cap, in Cap d’Antibes, in France. I used to like the Savoy, in London. I heard they remodeled it. Ocean Club in the Maldives islands. In India, there’s the Rambagh palace in Jaipur. I haven’t been there in years, but I hear it’s still great.

Do you think there’s a special relationship between actors and hotels? Some people say that the lobby of a hotel is a bit like a stage, but at the same time the rooms are very anonymous and private.

“That’s an interesting idea. I’ve stayed in a lot of hotels. For some reason, I have a

hobby or fantasy of doing hotels. I thought of doing resorts – for example a Nobu resort, which I hope one day will happen. There’s talk of that. It’s kind of fun to create a place you would like to be at, that’s the way I look at it.

Some actors take residence at hotels and stay there for months or even years, like Warren Beatty at the Beverly Wilshire in LA or French-Egyptian actor Omar Sharif living at the Royal Monceau in Paris.

I’ve stayed at the Chateau Marmont in Los Angeles for many years myself. I stayed at a hotel in New York called the Mayflower for a few years, near Columbus Circle. It’s not there anymore. It’s not a bad combination of things, it’s convenient, you have your privacy. I understand the appeal. Things were also a lot quieter at hotels in those days, compared to today.

Is *Once Upon A Time In America* a movie about America for foreigners?

“I think so. When we did the movie, the people distributing it knew what they were getting from Sergio [Leone], but they tried to make it into something it never was in the first place. It’s Sergio’s vision of America, through his eyes, the eyes of a foreigner. When the movie was finally done,



Stay healthy, stay strong and keep doing things that interest you, and keep the family as close to you as you can.



the length was three-and-a-half, four hours, they were not happy. They started having it edited and cut a lot. Even I said: ‘*Why don’t you have two screenings?*,’ the long version Sergio wanted and the edited version. The style, the texture, the feel of the movie is about us, Americans, but by someone who’s not from here, filtered through his sensibility and feeling. It was never intended to be accurate about things. I used to tell Sergio: ‘*We don’t have this type of coffee machine in America,*’ while we were shooting the movie in Rome.

I was hoping these details would make people understand that it is very close to what it was. But he wasn’t doing that.

He was doing something that was in his own head, a romantic thing. It was based on a book called *The Hoods* which I happened to have read way before shooting the movie. It’s a good book about Jewish gangsters in the Lower East side in New York. But the movie has nothing to do with the book. It was Sergio’s take. He was very passionate about it, he wanted to tell the story. (...)

You’ve played in movies from a lot of different countries. Would you ever consider being in movies from a completely different film industry, for example like acting in a Chinese movie or Indian movie?

“Funny you mention this, I am actually talking to some people in China who want to do a movie with me. It’s a love story. I met a Chinese director. I cannot say who. It’s very real, we’re talking about it.

You’ve often played characters with a lot of street smarts, tough guys and wise guys. But in reality you come from an artistic background and own sophisticated restaurants. I’m wondering if you ever get offered parts closer to who you are in real life? Would they be as appealing to you?

“No, they would be appealing, of course, if there are parts I can identify with. There are certain parts that come along that part of you can understand and identify with you. It’s not you or what you’ve been through, but there are elements in the story that you can definitely connect with. I use those parts that will fit with that story. I did a movie called *Everybody’s Fine*, a remake of an old Italian movie called *Stanno Tutti Bene* with Marcello Mastroianni, directed by Giuseppe Tornatore. It was made about 25 years ago I think. I enjoyed that movie. It’s about a father who has kids and he wants to go and visit all his kids once they’ve grown up and find out what they’re doing



After successfully establishing a hotel, Robert de Niro thinks of launching a resort next.

and they're avoiding him. It's a movie any father would certainly understand.

I've noticed most of the father roles you've had, these fathers while not being total authoritarian figures do represent stern men. Are you a strict father yourself, are you getting more lenient as time goes by?

"I'm not like Jack Byrnes (his character in *Meet the Parents*). I could be closer to the character in *Silver Linings Playbook*, if anything. I'm a pretty liberal parent. I can be tough on certain things if I know it's a very serious matter. When the children need a certain discipline. Not physically, but getting them on the right track. Tough decisions, but you have to do it. I've been through that.

Getting back to movies, do younger actors ask you for advice? What do you usually tell them?

"Sometimes. I like to give advice if people are interested. Bradley and I

became friends. I tell him something, maybe about what happened in another movie I worked on years ago, my feelings about it. With him I know he'll understand and appreciate it. I'll tell him something about one director versus another. I trust him, I know he's smart, so I'll tell him something I wouldn't necessarily tell someone else.

Do you still see acting as being your priority between the restaurants, hotels and family?

"Yes, because it's something only I can do in my film production company. It's a more simple, one-on-one type of thing. The other things, I'm very much involved, but I'm not running them. I'm not cooking the food at Nobu. I have decisions to make about the whole business of it, but those day-to-day decisions are left to the people in charge. Like the Tribeca film festival, I'm there when I'm needed. I try to watch as many movies as I can that are going to be shown, and help organizing. I

wasn't sure when we first started that it would get this big.

A lot of people dwell on the past, but you seem to be able to stay focused on the here and now. How do you manage to always look forward – you've done more than most, doesn't the past sometimes invites itself into the present?

"I'm nostalgic of certain things, of course, like children when they were younger, and more innocent in a certain way. Now they're older and something is past, they're at another stage of their life. My teenage son is more interested in being with his friends than being with me, but that's ok. Then he'll come back. But I try to be practical, you can't do anything about most things, things move on. Life goes on, just enjoy it, make the most of it as you go. Stay healthy, stay strong and keep doing things that interest you, and keep the family as close to you as you can." ●

FRANÇOIS GASPARD

TADAWEB: UN OUTIL DE VEILLE ÉTONNANT

Né en 2011, TaDaweb est un logiciel de veille créé par une start-up luxembourgeoise du même nom. L'outil se caractérise par une grande richesse de fonctionnalités et une technologie puissante. TaDaweb comprend une équipe cosmopolite de neuf personnes venant de Belgique, de France et de Nouvelle-Zélande et jouit déjà d'une réputation enviable.

Texte : Marie-Hélène Trouilleux - Photos : Gaël Lesure

Pourquoi avoir lancé TaDaweb ?

« TaDaweb a été créé le 28 décembre 2011 et compte actuellement neuf personnes. L'idée est née d'une frustration lors de mes recherches d'informations sur le web. À l'époque, je travaillais pour Sun Microsystems et chaque jour, je devais répéter les mêmes opérations lors de mes recherches d'informations sur internet. J'ai donc eu envie de développer une technologie pour parvenir plus rapidement aux résultats. J'ai quitté Sun pour reprendre des études universitaires à Bruxelles et je suis parti quatre ans en Nouvelle-Zélande pour me rapprocher du monde anglo-saxon. La technologie de TaDaweb est le fruit d'une recherche de 10 ans que j'ai menée en parallèle de ma carrière professionnelle en tant que responsable de la sécurité informatique dans le secteur des télécoms.

Comment ça marche ?

« TaDaweb est une plateforme de veille et d'intelligence stratégique permettant l'extraction, l'organisation et la publication d'informations à partir de sources web. Un chemin de sélection collective, un traitement se constitue au cours duquel les données sont affinées, filtrées, débrouillées et mises en forme pour générer un résultat, ce qui représente une économie de temps pour le veilleur qui peut se concentrer sur l'essentiel : la pertinence des résultats. La veille stratégique est de plus en plus souvent intégrée à la prise de décision en entreprise.

Concrètement, TaDaweb se compose d'un *dashboard* en ligne et d'un logiciel à installer, le TaDaweb Creator. C'est à partir de ce dernier que vous allez configurer vos veilles, l'espace en ligne servant plutôt à la consultation et au partage de ces

organisations particulières (les « TaDas »). Chaque TaDa peut être configuré de manière à vous alerter automatiquement par e-mail lorsqu'un nouveau contenu apparaît. Il est aussi possible de mettre en forme ces données dans un 'journal' que l'on peut ensuite partager et qui se régénère automatiquement une fois configuré. L'utilisateur à la main sur tout le processus de veille, c'est lui le chef d'orchestre et c'est ce qui fait notre force.



TaDaweb est né d'une frustration lors de la recherche d'informations sur le web.



Qui sont vos clients ?

« TaDaweb s'adresse aux sociétés qui ont un besoin d'information précis et son champ d'application est vaste. Ce peuvent être des banques ou cabinets d'avocats qui recherchent des informations légales ou qui souhaitent se tenir informés en matière de législation européenne, mais aussi des sociétés qui s'intéressent à ce que fait la concurrence ou qui sont à l'affût de nouveaux prospects. Des développeurs utilisent notre plateforme comme moyen d'acquisition et de transformation d'informations sur internet pour enrichir leurs propres applications.

Pourquoi le Luxembourg ?

« Nous avons essayé de démarrer l'entreprise à Bruxelles, mais nous avons eu du

mal à trouver des investisseurs et un incubateur qui nous correspondaient. Après que notre idée d'entreprise a été sélectionnée lors de l'ICT Spring de Luxembourg, nous avons rapidement tissé un réseau de relations au Grand-Duché. C'est un pays très ouvert, où l'on accède rapidement à des personnes clé. La situation géographique du Luxembourg est idéale et le régime d'imposition des sociétés est avantageux. Nous y avons aussi trouvé notre premier client, le gouvernement luxembourgeois, un incubateur attrayant, le Technoport, et deux investisseurs, l'un privé, Rollinger Venture Capital et l'autre semi-public, les fonds CD-PME, contrôlés à 50 % par l'État luxembourgeois.

Vous venez de rentrer de Dublin. Voyagez-vous souvent ?

« Oui, il est vital pour nous de bouger et nous nous rendons fréquemment à Dublin, Londres ou San Francisco. C'est là que tout se joue. TaDaweb intègre beaucoup de technologies des géants de l'internet qui sont implantés à Dublin (Microsoft, Google, Twitter, Facebook, LinkedIn...). Tout va très vite et nous devons nous tenir sans cesse informés. Nous avons accès à l'accélérateur londonien Microsoft Ventures, au cœur de la sphère technologique de Londres, et nous pouvons bénéficier d'un accompagnement privilégié offert par Microsoft pour permettre aux start-up de franchir un nouveau cap dans leur croissance. Aux États-Unis, nous sommes conseillés par Ben Sykes, qui n'est autre que la personne qui se cache derrière Google Adwords. L'année dernière, nous nous sommes rendus à San Francisco où nous avons été sélectionnés pour participer au salon Techcrunch Disrupt, l'événement star de l'univers des start-up dans la Silicon Valley. Pendant trois jours de conférences et de *networking*, vous baignez au cœur des innovations et des tendances qui vont envahir le monde dans les années à venir.

D'où vient le nom TaDaweb ?

« Nous cherchions un nom pour la société. Ma compagne s'est levée un matin et a annoncé : 'TaDaaa...' comme lorsque vous avez trouvé une idée et c'est devenu



François Gaspard,
fondateur de TaDaweb.
Sa devise: « Qui ne tente
rien n'a rien. »



La TaDateam compte actuellement neuf personnes et ne semble pas vouloir s'arrêter en si bon chemin.

TaDaweb (rires)! Finalement, TaDa, c'est DaTa (data : données en anglais, ndlr) à l'envers et ce que nous faisons au sein de TaDaweb, c'est de prendre les données du web et les transformer pour aboutir à un résultat.

Quelles difficultés avez-vous rencontrées lors de la création de TaDaweb ?

« Nous avons été bien conseillés par l'Espace entreprises de la Chambre de Commerce et Luxinnovation, entre autres. Les procédures pourraient être plus simples, mais ce n'est pas ce qui a été le plus dur. La plus grande difficulté pour une entreprise comme la nôtre est de garder les meilleurs éléments. Contrairement aux États-Unis, il n'existe pas de moyen simple pour établir un plan de *stocks options* au Luxembourg. Pourtant, c'est une des clés du succès pour une entreprise de donner des parts de la société aux associés et aux salariés. Cela permet d'attirer des talents et de les garder au sein de la société.

Auriez-vous un conseil à donner à un jeune entrepreneur qui souhaite se lancer dans une activité ?

« Il n'y a pas d'âge pour se lancer et il est normal, je pense, de traverser des périodes d'incertitude. Mais quand un client de référence signe un contrat avec nous ou quand nous recevons des compliments de journalistes ou d'utilisateurs, cela nous conforte dans l'idée que nous sommes sur la bonne voie. Il est nécessaire d'avoir une vision d'avenir et de savoir la transmettre à ses employés et aux investisseurs. Le but est de faire grandir la société. Il faut être confiant et garder un esprit positif. Il faut aussi trouver le bon staff, savoir s'entourer et s'associer avec les bonnes personnes. C'est primordial. Car même si la technologie est bonne, elle ne fait pas tout !

Avez-vous une devise ?

« *'Qui tente rien n'a rien.'* Cette phrase figure en grand à l'entrée du bâtiment de la société. Une belle source d'inspiration, non ?

Qu'est-ce qui vous motive dans la vie ?

« Ma passion, c'est de savoir comment l'information est capturée, puis partagée. C'est l'idée qui est à l'origine de ma société. Quand vous lancez votre propre société, vous êtes pris dans l'aventure. Vous y pensez le jour, la nuit, tout le temps. Vous vivez à un rythme intense.

Un mot ou une idée que vous aimez ? Que vous n'aimez pas ?

« J'aime rendre possible l'impossible. Mark Twain disait très justement : *'Ils ne savaient pas que c'était impossible, alors ils l'ont fait.'* C'est une formidable invitation au courage et à l'action. Je n'aime pas les esprits pessimistes.

Quel est votre meilleur souvenir professionnel ?

« Je vous réponds sans aucune hésitation ! La satisfaction de nos clients. Ce qui me fait toujours plaisir, c'est faire plaisir. » ●

EXPLORE LUXEMBOURG



Available in bookshops, newsagents
and online at www.maisonmoderne.lu

**MAISON
MODERNE®**



MON PATRIMOINE GÉRÉ PAR MA BANQUE PRIVÉE À LUXEMBOURG

- ☑ MON PROJET IMMOBILIER À BRUXELLES
- ☑ **LE MBA DE MA FILLE À LONDRES**
- ☑ MA RÉSIDENCE SECONDAIRE À CANNES
- ☑ LA START-UP DE MON FILS À MUNICH
- ☑ MON VOILIER À MONACO



EUROPEAN
PRIVATE BANKERS

Réseau européen.
Siège luxembourgeois.

SUCCESS STORY

CYRIL MARCHIOL

98 % DU TEMPS CONSACRÉ À SON ENTREPRISE / PASSION

Avec 50 références et 10 licences à son catalogue, 300 à 4.000 pièces produites pour chaque modèle, 400 revendeurs en Europe, 11 emplois directs au Luxembourg et deux embauches prévues en 2015, l'entreprise Tsumé, concepteur / fabricant de statuettes issues de dessins animés, a depuis longtemps quitté le statut de start-up pour celui d'acteur de référence.

Texte : Catherine Moisy – Photo : Emmanuel Claude / Focalize

Qu'est-ce qui vous a donné l'envie de créer cette activité ?

« Lors de mon premier emploi dans un magasin de jeux vidéo de Thionville, j'ai développé un rayon de figurines importées du Japon. J'ai ensuite voulu aller plus loin et élargir l'offre en me mettant à mon compte. KMI, ma première société, que je pilotais depuis la maison de mes parents, distribuait des figurines exclusivement sur internet. Après avoir exploité des licences de distribution pour des fabricants japonais, j'ai eu envie de créer mes propres modèles et de lancer une nouvelle société, spécialisée dans la figurine manga de luxe, correspondant aux attentes du marché européen.



En Europe, nous nous diversifions dans le jeu de société, sous une nouvelle marque.



Pourquoi avoir choisi le Luxembourg ?

« Grâce notamment à son aéroport international, le Luxembourg est une excellente plateforme de distribution pour le Benelux. Les nombreuses sociétés d'animation présentes sur le territoire permettent d'imaginer des synergies. Enfin, le niveau des charges salariales permet d'embaucher du personnel qualifié.

Qui sont vos clients ?

« Il y a les passionnés de sculptures et de pop art. Les fanatiques de dessins animés ou les nostalgiques des années 90.

Il y a également les fans de la marque qui achètent une bonne partie de tout ce qui sort de l'entrepôt. Certains investissent même dans les produits, car étant numérotés, ils prennent de la valeur avec le temps.

Quel est votre meilleur souvenir professionnel ?

« Sans hésitation, c'est l'annonce de l'obtention de la licence Dragon Ball Z à mes clients lors des Fan Days 2014. La nouvelle a créé un tsunami d'enthousiasme. C'était vraiment fort. L'événement Fan Days, organisé dans nos locaux, réunit la communauté Tsumé autour de jeux vidéo et de musique. C'est à cette occasion que nous dévoilons la nouvelle collection. En 2013, l'événement a réuni 80 fans, en 2014, 200 et j'espère avoir 400 participants l'année prochaine.

Quelles difficultés avez-vous rencontrées dans l'aventure Tsumé ?

« La plus grosse difficulté est liée à la trésorerie. Il faut avancer beaucoup d'argent pour l'achat des machines, la mise au point des prototypes, l'embauche de talents (*sculpteurs, peintres figurinistes, ingénieurs informatique, graffeurs, ndr*) avant qu'un seul article ne soit produit et vendu.

Travailler sur des licences japonaises demande une grande rigueur et une bonne compréhension des codes culturels, d'un point de vue graphique. Cela nécessite beaucoup d'expérience et de phases de test, comme pour l'étape de production, en Chine. La remise en question est permanente pour pouvoir aller toujours plus loin.

Et quelles aides avez-vous pu obtenir ?

« La Chambre de Commerce nous a apporté une aide précieuse à travers deux

dispositifs. La MCAC (Mutualité de cautionnement) nous a permis d'obtenir un prêt bancaire pour l'achat d'une imprimante 3D supplémentaire et l'Office du Ducroire nous a aidés à financer notre présence sur certains salons incontournables à l'étranger, ce qui nous a permis d'augmenter notre notoriété beaucoup plus vite.

Quels développements futurs avez-vous prévus ?

« Nous allons ouvrir un bureau de vente en Chine car, en un an, nous atteignons des demandes de volumes que nous avons mis quatre ans à atteindre en Europe. Nous croyons beaucoup à ce nouveau marché qui devrait exploser sur les prochaines années. En Europe, nous nous diversifions dans le jeu de société, sous une nouvelle marque. Début 2015 sortira le tout premier jeu sous licence Naruto, tiré à 10.000 exemplaires. » ●

QUELQUES DATES

1986 : premiers jeux vidéo à l'âge de 3 ans

1991 : le premier manga japonais fait son entrée dans la famille Marchiol

2001 : diplôme d'électricien (CAP et bac professionnel)

2003 : BTS d'action commerciale obtenu en apprentissage (magasin Golden Games de Thionville)

2004 : lancement de la société KMI (Kultur Manga Import)

2007 : troisième voyage au Japon. Obtention d'une licence de distribution exclusive d'un fabricant local

2010 : création de Tsumé

www.tsume-art.com



Cyril Marchiol,
31 ans, CEO de Tsumé :
« Avec ses 12.000 likes
sur Facebook, Tsumé
se situe juste derrière
la Rockhal et l'Atelier. »

HIGH QUALITY FIGURE
GREY FULLBUSTER

HQF tsm



SUCCESS STORY

JULIEN FRIEDERICH

UN JEUNE HOMME À L'ÉCOUTE DE SON ÉPOQUE

En 2009, Julien et Thomas Friederich créent la société d'éco-mobilité City Mov', à l'origine de la première expérience de car&bike sharing au Luxembourg. Les véhicules en libre-service ne tardent pas à séduire les utilisateurs et Enovos, partenaire de la première heure, conscient du potentiel à venir, se porte acquéreur de City Mov' à l'été 2014.

Texte : Catherine Moisy - Photo : Emmanuel Claude / Focalize

Qu'est-ce qui vous a donné l'envie de créer cette activité et pourquoi au Luxembourg ?

« Mon frère Thomas avait une entreprise de transport routier et je lui donnais un coup de main de temps en temps. Nous avons réalisé que les routes du Luxembourg supportaient un trafic de plus en plus dense à cause d'un tissu urbain très polarisé et des échanges transfrontaliers quotidiens. Nous avons réfléchi à une solution, nous avons pensé au *car sharing* et je me suis dit que c'était le bon moment pour sauter le pas de l'entrepreneuriat.

Comme il s'agit de promouvoir l'éco-mobilité, nous avons ciblé le poumon vert du Luxembourg. Le projet *Emovin Nordstad* est intéressant car c'est le premier d'Europe à cibler de petites agglomérations.

Quelles difficultés et opportunités avez-vous rencontrées ?

« La première difficulté est de proposer une solution avant-gardiste à un marché qui n'est pas encore mûr. Quand nous avons commencé à réfléchir à notre projet, il y a près de 10 ans, la philosophie de l'auto-partage était incomprise, surtout au Luxembourg où l'essence n'était pas chère et où la possession d'une voiture était une évidence.

Notre première chance fut d'être repérés par le CRP Henri Tudor qui nous a fait intégrer le Technoport. Cela nous a permis de bénéficier d'un encadrement et du partage d'expérience avec d'autres entrepreneurs.

Notre deuxième chance est d'avoir pu nouer un partenariat avec Enovos, notre fournisseur d'énergie et de bornes électriques. Cela nous a incontestablement ouvert des portes.

Selon vous, quels sont les facteurs-clés de succès pour votre activité ?

« La chose la plus importante est que notre offre réponde à un réel besoin : mettre moins de voitures sur les routes et désengorger les stationnements. Les nouvelles générations de salariés et de résidents accordent désormais plus d'importance à la valeur d'usage qu'à la possession d'un véhicule. Notre solution arrive donc au bon moment.



La chose la plus importante est que notre offre réponde à un réel besoin.



Ensuite, nous sommes à l'affût des nouvelles technologies et nous instaurons un dialogue permanent avec nos utilisateurs pour recueillir leurs critiques et leurs idées. Par exemple, dans chaque véhicule, un bouton SOS permet de joindre un *helpdesk* 24 h/24 et 7j/7. Nous sommes ainsi en prise directe avec tout problème que l'utilisateur pourrait rencontrer.

Qu'est-ce que le rachat par Enovos va apporter à l'entreprise City Mov' ?

« Nous avons besoin de financement pour développer l'affaire. Enovos était un choix pertinent car nous travaillions déjà ensemble et notre offre rencontrait leurs réflexions sur le développement de la mobilité 'verte'. En aucun cas nous ne voulions faire peser le coût de notre développement

sur nos tarifs. Nous voulons les garder attractifs pour que de plus en plus d'utilisateurs adoptent nos solutions de transport. Au-delà de l'apport financier, Enovos est un mentor. Nous prenons les décisions conjointement et nous échangeons en permanence.

Quels développements futurs avez-vous prévus ?

« Nous allons accentuer notre développement d'offres *corporate* et à destination des communes, au Luxembourg et dans la Grande Région, afin de favoriser ce nouveau mode de transport alternatif, complémentaire des transports en commun.

D'autre part, nous surveillons activement l'arrivée sur le marché d'une nouvelle génération de véhicules électriques plus performants et moins chers, pour élargir notre gamme et ainsi pouvoir répondre à toutes sortes de besoins de nos clients. » ●

QUELQUES DATES

1998-2001 : divers jobs d'été, du chantier TGV à une usine de luminaires

2001 : baccalauréat scientifique

2001-2002 : première année de médecine

2002-2005 : études de radiologie

2005-2007 : École de commerce à Nancy

2007 : premier poste dans une agence d'événements et ébauche du projet City Mov'

2009 : création de la société City Mov'

Février 2012 : première réalisation à Nancy

Avril 2013 : Enovos entre au capital

Octobre 2013 : *Emovin Nordstad*

1^{er} août 2014 : Enovos achète 100 % des parts de City Mov'

www.citymov.lu



Julien Friederich, 31 ans,
gérant de City Mov', est passionné
par les nouvelles technologies rendant
les véhicules autonomes.



01.

ACCUMALUX GROUP

DE LA POUDRE NOIRE AUX MATIÈRES THERMOPLASTIQUES

Créé en 1976, le groupe Accumalux est devenu une référence internationale dans l'industrie automobile. Sa production (des batteries industrielles aux moulages par injection de matières thermoplastiques) couvre aujourd'hui 35 % du marché européen et une part non négligeable hors de ces frontières. Entretien avec Charles-Louis Ackermann, président.

Texte : Corinne Briault - Photos : Pierre Guersing

Pour faire face au ralentissement des exploitations minières et à la baisse en besoins d'explosifs civils, la Poudrerie de Luxembourg, créée en 1906, cherche, dans les années 1970, à diversifier ses productions industrielles et fonde Accumalux SA. La société se tourne vers le secteur de l'industrie automobile et le moulage par injection de matières thermoplastiques en fournissant notamment des bacs, des couvercles et des accessoires pour les fabricants de batteries de voitures et de camions et pour les consommateurs de batteries de secours pour installations fixes (centrales d'ordinateurs, chemins de fer, télécommunications, centrales nucléaires...).

Pour répondre aux besoins importants dans la conception de moules haut de gamme,

Accumalux Mold Technology SA voit le jour en 1996 à Kockelscheuer. La conception de ces moules high-tech nécessite un personnel hautement qualifié et des outils modernes de conception assistée par ordinateur. Accumalux Mold Technology investit dans des machines et des équipements ultra-modernes et se dote d'un atelier de construction à la pointe de la technologie dans lequel travaille une vingtaine de personnes spécialisées. La société fournit aujourd'hui des moules au groupe, mais aussi à des clients extérieurs. Accumalux Industrial SA (créée en 1999) permet de compléter le programme de production en ajoutant la fabrication de bacs et couvercles pour batteries de traction (secteur des élévateurs



02.

électriques, Golf-Carts, système de transport filo-guidés, machines de nettoyage industriel, aéroports, etc.). Pour rester compétitif face aux hausses des prix des transports par route, le groupe installe la société Accumalux MB en 1997 en République tchèque pour desservir les marchés tchèque, polonais, roumain, russe et bulgare. En 2005 est créée en Australie la société Accumalux Australia pour toucher les pays de l'Asean et des clients comme Holden de General Motors et Toyota. En 2008, Accumalux BG voit le jour en Bulgarie, et en 2014 le groupe rachète une usine en Russie, devenue un marché incontournable, et lance Accumalux Russia.

Actuellement, Accumalux SA exporte 100 % de sa production dans plus de 50 pays et dispose de six sites de production dans cinq pays. Au niveau mondial, près de 22 millions d'ensembles de batteries sont fabriqués annuellement. Le groupe compte plus de 300 employés, dont 200 au Luxembourg, qui travaillent en feu continu, 7j/7. Très tôt, une automatisation poussée a été mise en place, ce qui donne au groupe les moyens de rester compétitif sur le marché hautement concurrentiel des fournisseurs de l'industrie

01. Charles-Louis Ackermann, président d'Accumalux et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce. Les visites permettent aux entreprises de faire part de leur vécu au quotidien, des problèmes qu'elles rencontrent et de leur desiderata envers la Chambre de Commerce.

02. 03. Accumalux SA exporte 100 % de sa production dans plus de 50 pays et dispose de six sites de production dans cinq pays. Au niveau mondial, près de 22 millions d'ensembles de batteries sont fabriqués annuellement.

04. Le groupe compte plus de 300 employés, dont 200 au Luxembourg, qui travaillent en feu continu, 7j/7.

automobile. Une politique d'innovation permanente amène également Accumalux Group à consentir des efforts importants à la R&D pour mettre au point des produits et procédés de fabrication, dont une partie est protégée par des brevets.

Depuis 2005, Poudrerie de Luxembourg SA a engagé un vaste programme de « reconversion » des 65 hectares de terrains sur lesquels s'étendaient ses anciennes productions d'explosifs. Le parc technologique ParcLuxite réaménagé devrait accueillir, dans un premier temps sur près de 35.000 m², des entreprises du domaine de l'IT, mais également des fiduciaires, des sociétés de services, des assurances, des sociétés des domaines de la sécurité et de l'informatique, etc.



03.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Nous allons prochainement inaugurer officiellement un nouveau hall de plus de 5.000 m² dans la région de Plovdiv, à 150 km de Sofia en Bulgarie. Nous disposons, depuis 2008, d'un site de production en Bulgarie et ce nouveau hall va nous permettre d'accroître encore la gamme de produits que nous proposons sur place. Depuis septembre, le groupe compte également un nouveau site de production en Russie, à Togliatti, qui produit également des bacs et couvercles pour batteries de démarrage. Cet ancrage devrait ouvrir de nouvelles perspectives d'extension des ventes sur toute la Russie et le Kazakhstan. Nous travaillons

“
Nous souffrons d'une pénurie de main-d'œuvre qualifiée, en particulier au Luxembourg.
”



04.

également sur la première phase de développement du parc technologique ParcLuxite. Les terrains de l'ancienne Poudrerie accueilleront des entreprises à vocation technologique.

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« D'avoir réussi à partager l'extraordinaire développement d'Accumalux avec du personnel loyal et motivé et d'avoir pu donner naissance à un beau projet comme celui du ParcLuxite, dans la pérennité de la Poudrerie de Luxembourg, créée en 1906 sous la direction de mon grand-père !

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

« Il y en a quatre principaux. Le déplacement des groupes automobiles de l'Europe de l'Ouest vers les pays asiatiques, les prix des transports routiers de plus en plus prohibitifs depuis le Grand-Duché vers les pays européens, la globalisation des marchés qui aboutit à un nombre plus restreint de clients, représentés par de grands groupes internationaux de plus en plus puissants et qui exercent, par conséquent, une énorme pression sur les

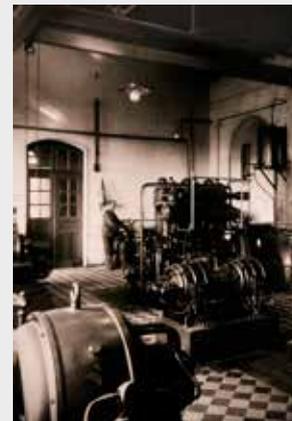
prix de production et, enfin, nous souffrons d'une pénurie de main-d'œuvre qualifiée, en particulier au Luxembourg. Il est très difficile de trouver du personnel compétent pour une activité à la pointe de la technologie et ce, quelles que soient les formations, techniciens ou ingénieurs.

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

« Si cela était possible, nous installerions l'ensemble de la production sur un bateau géant et ainsi, idéalement, suivrions le déplacement permanent des marchés avec les mêmes outils de production et le même personnel. La Chambre de Commerce pourrait nous aider à construire ce bateau, par exemple, en s'engageant avec les responsables politiques dans la bataille contre les hausses continues des prix des transports routiers internationaux ou en ouvrant de nouvelles voies permettant de faciliter la venue de personnel technique motivé et compétent au Grand-Duché. La Chambre de Commerce pourrait guider encore plus la formation de ce personnel au Luxembourg. » ●

HISTORIQUE

Plus de 100 ans d'activités



1976 : Poudrerie de Luxembourg SA (1906) fonde Accumalux SA

1996 : création d'Accumalux Mold Technology SA

1997 : construction d'une seconde unité de production nommée Accumalux MB s.r.o. en République tchèque

1999 : création d'Accumalux Industrial SA à Kockelscheuer

2005 : création d'Accumalux Australia PTY LTD à Adélaïde

2008 : création d'Accumalux BG en Bulgarie

2014 : création d'Accumalux Russia à Togliatti (région de Samara)

L'information continue

Retrouvez toutes les visites entreprises sur www.ccl.lu

Dont : Nordea Bank Luxembourg SA; Knowledge sàrl; Brasserie Simon; Thill Ameublements; Occasionsmaart; Restaurant du Vieux Château; Luxcontrol Luxembourg visitées récemment.

VISITE ENTREPRISE

CAMPING FUUSSEKAUL

À CHACUN SA TANIÈRE !

Ouvert tout au long de l'année et niché en plein cœur du Parc naturel de la Haute-Sûre, le camping Fuussekaul n'est pas seulement un des plus grands et des plus luxueux campings du pays, c'est également un « petit village » où bouillonnent les idées innovantes.

Rencontre avec son propriétaire, Henri Brack.

Texte : Corinne Briault - Photos : Gaël Lesture, Emmanuel Claude / Focalize

Fondus de camping, le père et l'oncle d'Henri Brack installent, en 1978, un petit camping sur un de leurs terrains agricoles, dans les Ardennes luxembourgeoises. Les toiles de tentes et les caravanes au confort spartiate laissent vite place aux chalets et mobil-homes coquets. Ainsi, depuis plus de 30 ans, la Fuussekaul n'a cessé de croître et de s'adapter aux exigences des campeurs, dont le profil a aussi rigoureusement changé. Si ces derniers recherchent toujours le contact avec un environnement naturel, ils ne négligent plus pour autant le confort, voire une

touche de luxe supplémentaire. S'étalant aujourd'hui sur plusieurs hectares, la Fuussekaul propose à la location des caravanes résidentielles (avec cuisine équipée, salon TV, salle de bain et chauffage), des emplacements spacieux pour les caravanes et tentes, et une partie « résidentielle » accueillant des chalets dont certains propriétaires profitent toute l'année comme d'une résidence secondaire. Les habitudes des voyageurs ayant également évolué, le camping dispose maintenant d'un port camping-car *quick-stop* situé directement sur la route. Un fort développement

des aires de camping a amené la Fuussekaul à investir dans des infrastructures adéquates. Éparpillés sur le terrain, des bâtiments hébergent des sanitaires modernes (avec douches individuelles, salles de bains privatisées) dont certains sont thématiques spécialement pour les enfants. Le camping s'est mué en centre de vacances haut de gamme où le vacancier peut jouir de toute une palette d'activités. Bowling, billard, sauna, piscines (avec plaine et pour enfants), terrains de sport, plusieurs restaurants et snacks, salle de fitness, salon de coiffure, petit supermarché, snack-bar, boutique d'articles de camping, et location de salle pour fêtes et anniversaires (qui se trouve dans le centre *indoor* Fuussekaul), parcours d'aventure pour les plus jeunes, esthéticienne constituent, entre autres, ce que ce campeur des « temps modernes » peut trouver à la Fuussekaul. En tout, huit entreprises sont désormais installées sur le camping,

employant une soixantaine de personnes, ce chiffre doublant en haute saison. Une ville en soi pour un mode d'hébergement qui ne cesse de se développer, de changer de visage et qui a encore de beaux jours devant lui au regard de l'évolution croissante des loisirs de plein air.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Notre prochain projet d'envergure est la construction de la piscine de loisirs couverte et familiale. Cet espace est un concept unique, un petit paradis aquatique avec toboggan, un intérieur thématique 'pirates', un twister, des zones de récréation, un bar avec possibilité de se restaurer. Il ne sera pas seulement réservé aux résidents du camping, mais pourra accueillir les familles et enfants de plus de 12 ans de la région ou séjournant dans les hôtels ou les campings alentours qui pourront y passer la journée.



01.



02.



03.

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« J'ai toujours fait le contraire de ce que faisaient mes confrères et, jusqu'à maintenant, cela a marché ! Par exemple, lorsque j'ai démoli le terrain de tennis pour construire le port camping-car, tous m'ont dit que c'était une aberration et que cela ne marcherait pas. Finalement, c'est un succès ! Cet espace *quick-stop* offre une grande liberté aux camping-caristes qui ne veulent pas forcément s'arrêter plusieurs jours dans un camping, mais tout de même bénéficier de tous les branchements et points de ravitaillement nécessaires. Mais ma plus grande fierté reste la chaufferie et sa chaudière à copeaux de bois. D'une puissance d'un mégawatt, elle fonctionne comme un système de chauffage urbain. Elle alimente en eau chaude et chauffage, sur un kilomètre dans le camping, les sanitaires, le hall de jeux, le restaurant et les chalets, et le futur centre aquatique de loisirs qui y sont reliés. Il semblerait que ce

système fasse des émules, parce que des propriétaires et gérants de camping viennent de toute l'Europe pour voir cette chaufferie et s'en inspirer.

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

« Dans le tourisme, il faut sans cesse se renouveler, avoir des idées que les autres n'ont pas et ne pas rester sur ses acquis. On ne voyage plus comme il y a 30 ans, les gens sont plus mobiles, ont accès à plus d'informations et prennent leurs congés différemment. Les campings ont donc beaucoup changé, la compétition nationale et internationale est rude. Aujourd'hui, il faut proposer le confort de l'hôtel au camping, s'adapter aux demandes et aux changements. J'essaie toujours de marquer les esprits pour que l'on se souvienne de son séjour ici, avec des détails que l'on ne voit pas ailleurs. Par exemple, les bornes de branchement sont en pierres naturelles de la région et pas en plastique, nous

avons mis en place un service de petit déjeuner, ouvert une brasserie-restaurant avec un grand choix de plats luxembourgeois et internationaux, de pâtes, de pizzas, de menus enfants... Nous avons également investi dans une station de rechargement de gaz, unique en Europe, car elle s'adapte à tous les modèles de bouteilles... Bref, il faut toujours être à la pointe de la nouveauté !

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

« Il faudrait réellement faire un effort dans la facilitation des démarches administratives. Cela devient de plus en plus complexe, et il y a, selon moi, trop de personnes intermédiaires dans les prises de décision. Cela ralentit considérablement les choses lorsqu'on lance un projet et cela bloque souvent les activités d'une entreprise. La Chambre de Commerce pourrait agir en ce sens. » ●

DANS LE NORD AUSSI...

... cinq entreprises visitées



En février dernier, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers, soucieuses de contribuer au développement économique dans le nord du Luxembourg, avaient reconduit leur collaboration avec le Guichet unique PME. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, avait pris l'engagement de revenir régulièrement prendre le pouls des entreprises du nord du pays. Promesse tenue, puisque le 31 octobre dernier, les représentants de la Chambre de Commerce se sont rendus dans cinq entreprises (dont le camping Fuussekaul), soulignant également la bonne collaboration qu'elle entretient avec le Guichet unique PME.



04.



05.



06.

01. 02. La Fuussekaul propose des caravanes résidentielles entièrement équipées et une partie « résidentielle » accueillant des chalets dont certains propriétaires profitent toute l'année.

03. Supermarché, snack-bar, coiffeur... Huit entreprises sont désormais installées sur le camping, employant une soixantaine de personnes, le double en haute saison.

04. D'une puissance d'un mégawatt, la chaudière aux copeaux de bois fonctionne comme un système de chauffage urbain.

05. 06. Le camping s'est mué en centre de vacances haut de gamme, il est devenu une ville en soi pour un mode d'hébergement qui ne cesse de changer de visage.

L'information continue

Retrouvez toutes les visites entreprises sur www.cc.lu

Dont : Nordea Bank Luxembourg SA ; Knowledge sàrl ; Brasserie Simon ; Thill Ameublements ; Occasionsmaart ; Restaurant du Vieux Château ; Luxcontrol Luxembourg visitées récemment.

RETOUR EN IMAGES



5. NOVEMBER 2014

BUNDESPRÄSIDENT JOACHIM GAUCK ZU BESUCH BEI DER HANDELSKAMMER

Im Rahmen der 13. Deutsch-Luxemburgischen Wirtschaftskonferenz überreichte Michel Wurth, Präsident der Handelskammer Luxemburg eine Gedenkmünze, die anlässlich des 10. Jahrestages der Luxemburger Zentralbank und des Eurosystems herausgegeben wurde, an den Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland, Joachim Gauck im Beisein von Étienne Schneider (im Hintergrund), Wirtschaftsminister des Großherzogtums Luxemburg, Seiner Königlichen Hoheit Erbgroßherzog Guillaume und Carlo Thelen, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer Luxemburg (v.r.n.l.).

Foto: Laurent Antonelli, Agence Blitz



KICK-OFF EVENT SME WEEK

DES FINANCEMENTS POUR UNE CROISSANCE DURABLE ET INTELLIGENTE DES PME

Le 8 octobre, la 6^e édition de la Semaine européenne des PME – une initiative européenne qui s'est déroulée dans 37 pays d'Europe – a remporté un franc succès. Enterprise Europe Network – Luxembourg a réuni 200 chefs d'entreprise et mis sur pied un calendrier d'actions comprenant plus de 50 manifestations dédiées aux entreprises.

Photos : Emmanuel Claude / Focalize



01. 02. 04. 50 chefs d'entreprise ont pu consulter des experts réunis à travers différents stands d'information.
03. Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie, accueillie par Sabrina Sagramola et Gérard Eischen.
05. 180 participants ont assisté à la conférence de lancement sur le thème : *Entrepreneurs, armez-vous pour les défis de demain!*
06. Matinée Portes ouvertes, EU Open Day.



01.

02.



03.



04.



05.



06.

RECEVEZ TOUS LES VENDREDIS
TOUTE L'ACTUALITÉ
DE L'ÉCONOMIE ET DES ENTREPRISES
DANS VOTRE BOÎTE MAIL.



ABONNEZ-VOUS SUR
WWW.CC.LU/AUTRES-SERVICES/NEWSLETTER



LABEL ESR

LA CHAMBRE DE COMMERCE LABELLISÉE « ESR »

La 8^e cérémonie de remise du label ESR (Entreprise socialement responsable) organisée par l'INDR s'est déroulée à la Chambre de Commerce en présence de Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie. À cette occasion, le label a été remis officiellement à la Chambre de Commerce pour avoir répondu avec succès aux critères de la démarche de labellisation de l'INDR.

Photos : INDR



01.



02.



03.



04.



05.

01. Francine Closener et Carlo Thelen.
 02. 03. Neuf nouvelles entreprises labellisées et sept entreprises relabellisées ont reçu le label ESR.
 04. Le label ESR a été remis officiellement à la Chambre de Commerce.
 05. Michel Wurth et Norman Fisch (INDR) lors de la remise des 16 trophées.

ANGEL NEWS

Luxembourg Business Angel Network

A community for business angels and entrepreneurs

November 2012

LOOKING FOR INVESTORS

Claudine, 28, ambitious and creative is looking for serious businessmen or businesswomen to believe in her ideas and to invest and finance her business plan.
Contact: www.lban.lu

LOOKING FOR ENTREPRENEURS

Bernard, 52, a serious businessman with a great reputation is looking for young start-ups who have promising ideas with a well-thought business plan to invest in.
Contact: www.lban.lu

Do you have great business ideas, but not the means to realise them ?

Or are you an investor who has the financial background to help great business ideas become real ?

If so, join the Luxembourg Business Angel Network. LBAN is a non-profit organisation dedicated to promoting angel investing and supporting early-stage investments in Luxembourg. LBAN strives to create an ecosystem that helps support industry by bringing together private investors, early-stage funds and promising entrepreneurial ventures. With its direct links to Government, LBAN ensures that the requirements of companies seeking for early-stage investments are not only heard but acted upon. LBAN is driven by a board of high-calibre individuals from within the industry and is supported by the Luxembourg Chamber of Commerce.

LBAN



LUXEMBOURG
BUSINESS ANGEL NETWORK

Luxembourg Business Angel Network
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg
+352 42 39 39 - 346
lban@cc.lu - www.lban.lu

SUPPORTED BY



DECHMANCOMMUNICATION



01.

HOHER BESUCH

BUNDESPRÄSIDENT GAUCK ERÖFFNET DIE 13. WIRTSCHAFTSKONFERENZ

Im Rahmen der Wirtschaftskonferenz, jährlicher Treffpunkt deutscher und luxemburgischer Regierungs- und Wirtschaftsvertreter in Luxemburg, wurde das Thema „Wie kann durch Wissenstransfer die Wirtschaft von Morgen gestärkt werden?“ diskutiert. Ehrengast war der Bundespräsident Joachim Gauck, der im Rahmen seines Staatsbesuches die Deutsch-Luxemburgische Wirtschaftskonferenz eröffnete.

Fotos: Laurent Antonelli / Agence Blitz - Luc Deflorenne / SIP



02.



03.



04.

01. Offizielle Begrüßung des Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland, Joachim Gauck und Daniela Schadt von Ihren Kgl. Hoheiten Großherzog und Erbgroßherzog vor dem großherzoglichen Palast. **02. 04.** Am Nationalmonument der Solidarität würdigte der Bundespräsident die versöhnliche Rolle des Nachbarlandes nach dem Zweiten Weltkrieg. **03.** Seine Exzellenz Joachim Gauck wurde von Michel Wurth, Präsident der Handelskammer Luxemburg, empfangen.



05.



06.



07.



08.

05. Von links nach rechts: Carlo Thelen, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer Luxemburg, Seine Exzellenz Joachim Gauck, Präsident der Bundesrepublik Deutschland, Seine Königliche Hoheit Erbgroßherzog Guillaume, Michel Wurth, Präsident der Handelskammer Luxemburg und Étienne Schneider, Wirtschaftsminister des Großherzogtums Luxemburg bei der Unterzeichnung des goldenen Buches.

06. Das interessierte Publikum erhielt einen guten Überblick über den Wissenstransfer im Innovationsprozess.

07. Von links nach rechts: Daniela Schadt, Patrick Schnieder, stellvertretender Vorsitzender der Deutsch-Belgisch-Luxemburgischen Parlamentariergruppe; Forscherin an der Universität von Luxemburg; Claude Meisch, Minister für Hochschulwesen und Forschung; Prof. Dr. Birger Köllmeier; Prof. Dr. Rudi Balling, Direktor des Luxembourg Centre for Systems Biomedicine (LCSB) und Seine Exzellenz Joachim Gauck, Präsident der Bundesrepublik Deutschland, am Technoport zu Esch/ Belval – Luxembourg Centre for Systems Biomedicine (LCSB).

08. Von links nach rechts: Michel Wurth, Präsident der Handelskammer Luxemburg, Seine Exzellenz Joachim Gauck, Präsident der Bundesrepublik Deutschland, Seine Königliche Hoheit Erbgroßherzog Guillaume und Étienne Schneider, Wirtschaftsminister des Großherzogtums Luxemburg.

L'information continue

L'information continue en vidéo sur www.merkur-tv.lu



01.

CORÉE DU SUD ET JAPON

MISSION ACCOMPLIE POUR LES ENTREPRENEURS

La mission organisée du 5 au 11 octobre par la Chambre de Commerce, le ministère de l'Économie et les Luxembourg Trade and Investment Offices à Séoul et Tokyo, a rassemblé 40 entreprises provenant des secteurs automobile, ICT, logistique, touristique et de l'audiovisuel. Un programme chargé alliait séminaires, rendez-vous d'affaires, visites et networking.

Photos : SIP / Nicolas Bouvy



02.



03.



04.

01. 06. Visite du salon de la logistique TIACA, foire de référence pour les acteurs du fret aérien, se déroulant tous les deux ans dans un pays différent et qui avait lieu à Séoul cette année.

02. Sanctuaire de Meiji, Tokyo.

03. Leurs Altesses Royales avec les intervenants du séminaire économique organisé le 9 octobre 2014 à Tokyo.

04. Robert Dennewald, vice-président de la Chambre de Commerce, et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, accueillent Son Altesse Royale, le Prince Guillaume, et le vice-Premier ministre et ministre de l'Économie, Étienne Schneider, à l'ouverture du séminaire économique à Séoul.



05.



06.



07.



08.

05. Une partie de la délégation luxembourgeoise présidée par Son Altesse Royale, le Prince Guillaume, et menée par le vice-Premier ministre et ministre de l'Économie, Étienne Schneider, lors de la visite chez Paul Wurth / IHI.

07. Dîner de networking entre membres des Chambres de Commerce du Luxembourg et belgo-luxembourgeoise au Japon (BLCCJ), dans un cadre typiquement japonais où les Luxembourgeois ont écouté les témoignages d'entrepreneurs belges et luxembourgeois ayant réussi leur entrée sur le marché japonais.

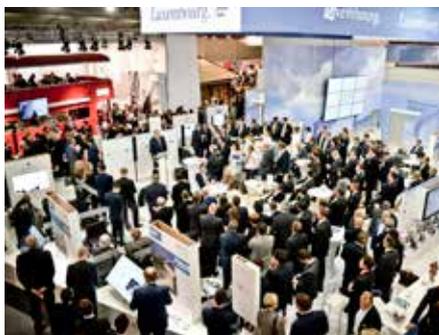
08. Un séminaire économique intitulé Luxembourg, your prime business hub in Europe, organisé successivement à Séoul puis à Tokyo, a été suivi par de nombreux participants dans chaque pays.

LUXEMBOURG AUF DER EXPO REAL 2014

KLEINES LAND, GROSSE ATTRAKTIVITÄT

Die Handelskammer Luxemburg hat einen nationalen Gemeinschaftsstand auf der Expo Real, die internationalen Fachmesse für Gewerbeimmobilien und Investitionen, organisiert. Die Aussteller berichteten positiv über die steigende Präsenz ausländischer Investoren und über die hohe Dichte an Terminen.

Fotos: Chambre de Commerce



01.



02.



03.



04.

01. 04. Empfang am luxemburgischen Gemeinschaftsstand auf der Expo Real 2014.
02. Georges Santer, Botschafter des Grossherzogtums Luxemburg in Berlin.
03. Anne-Marie Loesch, Vertreterin der Handelskammer Luxemburg.

RETROUVEZ TOUTE L'ACTUALITÉ
DE LA CHAMBRE DE COMMERCE SUR
WWW.MERKUR-TV.LU



MERKUR^{TV}



VISITE D'ENTREPRISES

LA CHAMBRE DE COMMERCE À L'ÉCOUTE DU NORD

Dans le cadre de sa collaboration avec la Chambre des Métiers et le Guichet unique PME pour soutenir le développement économique dans le nord du Luxembourg, une délégation de la Chambre de Commerce, conduite par son directeur général, a rendu visite à cinq entreprises au nord du pays et s'est informée des problèmes auxquels celles-ci sont confrontées afin de voir dans quelle mesure la Chambre de Commerce peut apporter son aide.

Photos: Emmanuel Claude / Focalize



01.

01. Henri Brack (à gauche), propriétaire du Camping Fuussekaul, a fait visiter à Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce et Yves Karier, gestionnaire du Guichet unique PME, ses nouveaux chalets et les nouvelles installations du site.



02.

02. Le chauffage « urbain » fournit en eau chaude et en chauffage une partie des installations sanitaires du camping.

03. Betty Fontaine, associé-directeur général Brasserie Simon, a guidé la délégation de la Chambre de Commerce à travers la brasserie.

04. La Brasserie Simon est depuis cinq générations aux mains de la même famille et a su se faire une place de choix grâce à la qualité de ses produits et à son service clients.



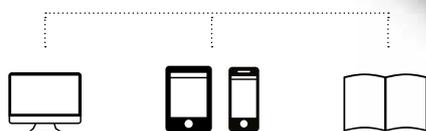
03.



04.

Il n'y a pas deux guides B2B comme lui. Il y en a trois.

Vente en kiosque
10 euros



Guide annuel, site web et applications mobiles,
Paperjam Guide est l'outil multicanal de référence pour sélectionner vos partenaires, prospects et fournisseurs au Luxembourg.

Pour plus d'informations : www.guide.paperjam.lu

M20

VISITE D'ENTREPRISES

LA CHAMBRE DE COMMERCE À L'ÉCOUTE DU NORD (SUITE)



01.



02.



03.



04.



06.



05.

01. Jang Thillens-Kremer a fait du « vieux château » à Wiltz une halte gastronomique reconnue par le « Bib gourmand » Michelin.

02. Le Restaurant du Vieux Château à Wiltz est une entreprise familiale.

03. Jean-Pierre Thill, de la société Ameublements Thill, a pris la suite des affaires familiales pour agrandir ses surfaces de vente : de cinq salariés fin des années 1990, l'entreprise emploie aujourd'hui 50 personnes.

04. Jean-Pierre Thill a tenu à ce que Carlo Thelen et Yves Karier testent le confort de ses lits.

05. Carlo Thelen lors de la visite de l'Occasionsmaart, une société créée par Nuno Fernandes (à gauche) et consacrée exclusivement à la voiture d'occasion.

06. La délégation était un peu à l'étroit à bord d'une 2CV, voiture mythique des années 60.

SAUMUR NIGHT CRYSTAL BAR RESTO CLUB

FOOD AND PARTY ALL NIGHT LONG
DU SOIR JUSQU'À L'AUBE

The First real Strip Bar in Luxembourg
Organisation d'anniversaires, d'after work,
d'événements d'entreprises...

Bar Resto & Strip Bar
à partir de 21h00 jusque 09h00

13, rue Dicks
L-1417 Luxembourg
Tél.: 49 05 52

www.saumur.lu

AGENDA

JANVIER - MARS

CALENDRIER DES MANIFESTATIONS

01
28 janvier 2015
Luxembourg (L)



JOURNÉE D'OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES CANADA

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 belges. Info: www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

02
29 janvier 2015
Luxembourg (L)



JOURNÉE D'OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES RUSSIE

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 belges. Info: www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

03
du 03 au 05
février 2015
Paris (F)



STAND COLLECTIF AU SALON EUROMARITIME

Euromaritime est axé sur la construction, l'équipement, la réparation navale et les énergies marines renouvelables. Deux nouveaux secteurs seront mis en avant: l'industrie offshore et les ports. Le stand collectif est organisé par le ministère de l'Économie en partenariat avec la Chambre de Commerce et le Commissariat aux affaires maritimes. Info: www.euromaritime.fr - international@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

04
du 06 au 11
février 2015
Paris (F)



10TH ICC INTERNATIONAL COMMERCIAL MEDIATION COMPETITION

This competition is the only moot devoted to international commercial mediation. University students face international business disputes, which they endeavour to resolve through mediation, guided by professional mediators pursuant to the ICC Mediation Rules. Their performance is evaluated by some of the world's leading dispute resolution specialists. Info: www.iccwo.org/training-and-events

05
12 février 2015



LANCEMENT DES CERCLES DE BONNES PRATIQUES 2015

Vous voulez connaître les taux de satisfaction de votre personnel, clients, fournisseurs ou bien encore de votre direction et comparer vos résultats à ceux d'autres entreprises? Depuis cinq ans, le MLQE organise et anime chaque année un forum d'échanges, de comparaisons de résultats d'indicateurs et de partage de bonnes pratiques entre membres du réseau MLQE. Info: www.mlqe.lu - info@mlqe.lu - (+352) 42 59 91 45 80

06
du 24 au 25
février 2015
Luxembourg (L)



JOURNÉES DE L'ÉCONOMIE 2015

Le ministère de l'Économie, la Chambre de Commerce et la Fedil, en collaboration avec PwC, organisent l'édition 2015 des Journées de l'économie, qui aura pour thème: e-merging Luxembourg. Depuis 2006, ces journées sont organisées chaque année. Elles rassemblent la communauté d'entrepreneurs, dirigeants, institutionnels, politiques et décideurs du Luxembourg et de la Grande Région. Info: www.economydays.lu

07
du 02 au 05
mars 2015
Barcelone (ES)



VISITE ACCOMPAGNÉE / MATCHMAKING AU MOBILE WORLD CONGRESS

Le MWC présente l'industrie du sans fil et de tout ce qui concerne les téléphones mobiles, l'internet mobile et les applications mobiles. La Chambre de Commerce vous propose de visiter le salon et de vous aider à planifier vos rendez-vous d'affaires. En 2014, plus de 85.000 participants de plus de 200 pays étaient présents. Info: www.mobileworldcongress.com - een@cc.lu - (+352) 42 39 39 333

08
du 03 au 05
mars 2015
Londres (UK)



VISITE ACCOMPAGNÉE / MATCHMAKING AU SALON ECOBUILD

Ecobuild est l'un des plus grands événements dans le monde pour la conception durable, la construction et l'environnement bâti des nouvelles constructions et des rénovations résidentielles ou commerciales. La Chambre de Commerce vous propose de visiter le salon et de vous aider à planifier vos rendez-vous d'affaires. Info: www.cc.lu rubrique Manifestations - een@cc.lu - (+352) 42 39 39 333

03**du 03 au 05
février 2015**Stand collectif
au Salon Euromaritime,
Porte de Versailles
Paris (F)

Photos 03 © Eric Knoll - 13 © Deutsche Messe AG

09**05 mars 2015**
Luxembourg (L)**JOURNÉE D'OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES AUSTRALIE ET NOUVELLE-ZÉLANDE**

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 belges. Info : www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

10
du 10 au 13
mars 2015
Cannes (F)**STAND COLLECTIF AU SALON MIPIM, CANNES (F)**

Pour la 10^e année consécutive, la Chambre de Commerce organisera un stand collectif au salon MIPIM, salon de référence pour tous les professionnels de l'immobilier. Le MIPIM réunit les acteurs les plus influents des secteurs de l'immobilier (bureaux, résidentiel, commerces, santé, sport, logistique et industriel) et propose, en marge des stands, un programme complet de conférences sur les tendances du secteur. Info : www.mipim.com - mipim2015@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

11
10 mars 2015
Luxembourg (L)**JOURNÉE D'OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES BRÉSIL**

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 belges. Info : www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

12
13 mars 2015
Luxembourg (L)**JOURNÉE D'OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES ALGÉRIE, ÉGYPTE ET LIBYE**

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 belges. Info : www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

13
17 mars 2015
Hanovre (D)**VISITE ACCOMPAGNÉE AU SALON CEBIT**

Le CeBIT est le leader mondial des salons spécialisés dans les solutions, produits et services des domaines des technologies de l'information et de la communication. L'édition 2014 a rassemblé 3.400 exposants et 210.000 visiteurs de 100 pays. Ce salon offre la plus large vitrine pour les nouveautés en matière de technologies de l'information et de la communication. Info : www.cebit.de - een@cc.lu - (+352) 42 39 39 333

14
du 24 au 26
mars 2015
Rust / Europa-Park (D)**STAND COLLECTIF AU SALON WORLD HOSTING DAYS**

Ce salon s'impose comme le salon de référence d'hébergement et de cloud computing. En 2014, le salon a rassemblé 150 exposants et 6.000 visiteurs en provenance de 85 pays. Le stand collectif sera organisé par le ministère de l'Économie en partenariat avec la Chambre de Commerce et le Service des médias et des communications. Info : www.worldhostingdays.com - foreign.trade@eco.etat.lu - (+352) 24 78 41 61

CALENDRIER DES FORMATIONS

01 Création et gestion d'entreprise	Accès aux professions du commerce	24.01.2015 Cours du jour		Accès aux professions du commerce non autrement réglementées
		28.02.2015 Cours du jour		Zugang zum Beruf des Kaufmanns/der Kauffrau
		20.01.2015 Cours du jour		Accès aux professions de l'immobilier
	Gestion d'entreprise	24.01.2015 Cours du jour		Accès aux professions de l'Horeca
		28.02.2015 Cours du jour		Einführung in die Betriebsführung
		24.01.2015 Cours du jour		Initiation à la gestion d'entreprise
02 Comptabilité et finance	Comptabilité	12.01.2015 Cours du soir		TC.1 – Fonctionnement d'un système comptable
		28.01.2015 Cours du soir		TC.2 – Opérations portant sur l'actif
		23.02.2015 Cours du soir		TC.3 – Opérations portant sur le passif
		16.03.2015 Cours du soir		TC.4 – Procédure bilantaire
		17.03.2015 Cours du soir		Accounting crash course
		26.02.2015 Cours du jour		Initiation à la comptabilité informatisée avec BOB 50
		12.03.2015 Cours du jour		Savoir lire, comprendre et argumenter sur base d'un bilan et d'un compte de profits et pertes
03 Fiscalité		19.03.2015 Cours du soir		Initiation à la fiscalité luxembourgeoise
		19.03.2015 Cours du jour		Déclaration de TVA
		19.01.2015 Cours du jour		Fiscalité des rémunérations et avantages extralégaux
		19.01.2015 Cours du soir		Déclaration de l'impôt sur le revenu
04 Innovation et créativité		24.03.2015 Cycle modulaire		Techniques de management de l'innovation
05 Langues	Anglais	05.01.2015 Cours du soir		Pre-Intermediate Business English – Part 1
		06.01.2015 Cours du soir		Intermediate Business English – Part 1
		05.01.2015 Cours du soir		Upper Intermediate Business English – Part 1
		06.01.2015 Cours du soir		Advanced Business English – Part 1

05 Langues	Luxembourgeois	02.02.2015 Cours du jour / soir		Lëtzebuergesch
		03.02.2015 Cours du jour		Lëtzebuergesch - Konversatioun
06 Marketing et communication	Marketing opérationnel et gestion commerciale	19.03.2015 Cours du jour		Prospecter, chercher et trouver de nouveaux clients
		19.03.2015 Cours du jour		Gérer les clients difficiles en face-à-face
	Communication et relations publiques	05.02.2015 Cours du jour		Initiation aux techniques de communication en entreprise
07 Qualité sécurité environnement	Sécurité et santé au travail	24.01.2015 Cours du jour		Travailleur désigné en matière de sécurité et de santé au travail - Groupe A
		28.02.2015 Cours du jour		Travailleur désigné en matière de sécurité et de santé au travail - Groupe B
		20.01.2015 Cours du jour		Travailleur désigné en matière de sécurité et de santé au travail - Groupe C
		24.01.2015 Cours du jour		Initiation aux gestes de premiers secours (Secourisme)
	Sécurité des transports	28.02.2015 Cours du jour		Conducteurs de véhicules effectuant des transports de marchandises dangereuses (ADR)
08 Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)		04.03.2015 Cours du jour		RSE et Évaluation ESR - Introduction au guide ESR «Entreprise socialement responsable»
		18.03.2015 Cours du jour		RSE et Stratégie - Identifier et situer la responsabilité de l'entreprise
09 Ressources humaines et formation	Coaching et mentoring	29.01.2015 Cours du soir		Formation certifiante en coaching
	Développement personnel	29.01.2015 Cours du soir		Comment définir et débiter son projet professionnel
		23.03.2015 Cours du soir		Sachez vous affirmer et favoriser votre succès
		19.03.2015 Cours du soir		Gestion du stress et stratégies de réussite
		23.03.2015 Cours du soir		Savoir communiquer dans la vie professionnelle
		05.02.2015 Cours du jour		Comment répondre au téléphone
	Gestion et développement des ressources humaines	16.01.2015 Cours du jour		Gestion des ressources humaines - Level 1
		13.02.2015 Cours du soir		La gestion et le développement des ressources humaines en entreprise
		16.03.2015 Cours du jour		Conduire un entretien de recrutement
		20.03.2015 Cours du jour		Mobilité internationale
	Leadership et management	05.02.2015 Cours du soir		Leadership et management de proximité
		05.02.2015 Cycle modulaire		Mieux gérer son équipe en s'adaptant à la personnalité de ses collaborateurs
		23.02.2015 Cours du soir		Teamführung, Teamzusammenarbeit und Teamentwicklung

INDEX THÉMATIQUE

1,2,3

1,2,3,GO **40**

A

ABBL **6, 28, 36**
Accumalux Group **5, 102, 103**
Adem **30**
ALD Automotive **20**
Ameublements Thill **120**
Apple **4, 72, 74, 76**
ArcelorMittal **24, 27, 39, 84, 88**
Atlantic Film Organisation **47**
Autopolis **20**

B

B2fair **30, 38**
Banque centrale du Luxembourg **88**
BCEE **24**
Belle Etoile **8, 12, 18**
BGL BNP Paribas **20, 24, 88**
Binsfeld **16**
BIP **88**
BMW **4, 72, 73, 74**
Brasserie Simon **103, 105, 118**
Business Club Luxembourg **27**

C

Cactus **8, 14**
Camping Fuussekaul **5, 104, 105, 118**
Cegecom **20**
Cercle Cité **8**
CFL **38**
Chambre des Métiers **6, 23, 26, 28, 40, 88, 105, 118**
Cideo **47**
City Concorde **9, 24**
City Mov' **5, 100, 101**
CLC **26, 27**
CLEP **30**
CNA **50**
Codipro **16**
Confédération luxembourgeoise du commerce **27**
Connekt **38**
CoStac **80**
Creos **20**
Croix-Rouge luxembourgeoise **86, 88**
CRP Henri Tudor **27, 28, 44, 100**
CRP Lippmann **44**
CRP Santé **44**

D

Daimler **72**
Deal Productions **51**
Deloitte **27**
Digicash **20**

E

EWinger, Hoss & Prussen **9**
Enovos **18, 23, 100**
EUFOM **38**
Eurochambres **4, 39, 61, 66, 68, 70**

F

Factory4 **24**
Fedil **36, 122**
Feierblumm asbl **58**
Ferroknepper Buderus SA **23**
FFCEL **44**
Film Fund **47, 48, 50, 51, 52, 54, 58**
Filmakademie **48, 50**
Filmland **51, 55, 56**
FLEAA **26**
Fondation FUUSE – Esprit d'entreprise **23**
Fondation IDEA **80, 82**
FONSPA **50**
Foyer **20, 23**
FPC **28**
FSI **27**

G

Gault&Millau **12**
Goodyear **9**
Greenwich hotel **90, 91**
Groupe Meyers **22**

H

Hifi International **9**
House of Training **6, 28, 86, 88**

I

IEE **9**
IFBL **28**
Ilnas **34**
Imprimerie Faber **10**
INDR **110**
INFPC **34**
ING **24**
Iris Productions **50**
IRU **26**

J

Join **18**

K

K Kiosk **8**
KBL epb **16**

L

LCSB **113**
LCTO **26**
Librairie Ernster **8**
LSC **28, 30, 125**
Lucil Film **51, 55**
Luxair Cargo **27**
Luxembourg for Finance **16, 27**
Luxembourg Trade and Investment Offices **114**
Luxemburg Freeport **27**
Luxinnovation **28, 44, 96**
Luxtram SA **23**
Lycée Emile Metz **40**

M

Maison Moderne **3, 17**
MCAC **98**
MDDI **38**
Melusine / 352 **52**
Ministère de l'Économie **40, 44, 114, 122**
MLQE **122**
MNKS **18**
Monoprix **12**
Mudam **80**
MyStart2Go **88**

N

Neobuild **23**
Nespresso **12**
Nobu **90, 92**

O

O3B **84**
OBPI **44**
Occasionsmaart **103, 105, 120**
Office national du tourisme **30**
OMPI **44**
OPI **44**

P

ParcLuxite **102, 103**
PEZA **26**
Philharmonie **80**
Picard **16**
Post **20, 38, 50**
Poudrerie de Luxembourg SA **102, 103**
Promoculture-Larcier **23, 34**
PwC Luxembourg **18, 122**

R

Radio 100,7 **80**
Restaurant du Vieux Château **120**
Rollinger Chauffage Sanitaire **23**
Rosport **20**
RTL **47, 50, 58**

S

Sales-Lentz **9**
Samsa Film **50**
SES **84**
Shine a light **16**
SNCA **27**
Sodexo **16**
Statec **60, 61**
Superdrecksësch **27**

T

TaDaweb **5, 94, 95, 96**
Tarantula **18**
Technoport **27, 94, 100, 113**
Transalliance **38**
Tsumé **5, 98, 99**

U

UEL **6, 40, 44, 88**
Utopia **50, 54**

V

Valorlux ASBL **24**
Villeroy&Boch **12**

W

Windeshausen **24**
Wolters Kluwer **23**

Z

Zeit Production **9, 47, 58**
ZiDCard **16**

Besoin d'infrastructures pour vos conférences ?



6.500 m² modulables, un véritable espace de travail adaptable à la dimension de vos conférences et réunions. Idéalement placée au Kirchberg, au coeur du quartier d'affaires, la Chambre de Commerce vous offre un cadre prestigieux doté d'outils technologiques récents pour faire de vos événements un véritable succès.

- 4 grandes salles de conférences
- 36 salles de formation
- 650 places de parking privé

Chambre de Commerce
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg
Tél.: + 352 42 39 39 - 240
events@cc.lu
www.cc.lu



MERKUR

Janvier | Février 2015

IMPRESSUM

EDITÉ PAR LA CHAMBRE DE COMMERCE EN COLLABORATION AVEC MAISON MODERNE



**CHAMBRE DE COMMERCE
DU GRAND-DUCHÉ
DE LUXEMBOURG**
7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg
E-mail: chamcom@cc.lu
Internet: www.cc.lu

ABONNEMENTS
**Pour tout abonnement, merci
de vous rendre sur le site:**
<http://www.cc.lu/merkur/abonnement>

FORMULE STANDARD
6 numéros / an
**Membres de la Chambre
de Commerce:** gratuit
Non-membres: 15 euros / an



RÉDACTION
Téléphone: (+352) 42 39 39 380
Fax: (+352) 43 83 26
E-mail: merkur@cc.lu
www.merkur.lu

**CHAMBRE DE COMMERCE
DU GRAND-DUCHÉ DE
LUXEMBOURG**
7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg

RÉDACTEUR EN CHEF
Patrick Ernzer

RÉDACTION
Patrick Ernzer - patrick.ernzer@cc.lu
Corinne Briault - corinne.briault@cc.lu
Catherine Moisy - catherine.moisy@cc.lu
Marie-Hélène Trouiliez - marie-helene.trouiliez@cc.lu
Edouard Lehr
François Nenon

COLLABORATIONS

Jean-Pierre Thilges
Cindy Tereba
Laurent Antonelli
Nicolas Bouvy
Eric Chenal
Emmanuel Claude
Luc Deflorenne
Marco Grob
Pierre Guersing
Toru Hanai
Gaël Lesure



MAISON MODERNE
10, rue des Gaultois,
Luxembourg-Bonnevoie
Téléphone: (+352) 27 17 27 27
Fax: (+352) 26 29 66 20
E-mail: mediasales@maisonmoderne.lu
www.maisonmoderne.lu

RÉGIE PUBLICITAIRE
Maison Moderne

DIRECTEUR ASSOCIÉ
Francis Gasparotto (-33)
DIRECTRICE COMMERCIALE
Luciana Restivo (-53)
CHARGÉS DE CLIENTÈLE
Vincent Giarratano (-36)
Thomas Fullenwarth (-52)
ASSISTANTE COMMERCIALE
Céline Bayle (-32)
ADMINISTRATION
Isabelle Ney (-233)

**DIRECTION ARTISTIQUE
ET MISE EN PAGE**
Maison Moderne

IMPRESSION
Imprimerie Centrale

TIRAGE
34 000 exemplaires



Please Recycle
Finished reading this publication?
Archive it, pass it on or recycle it.

COMMUNIQUÉS DE PRESSE
merkur@cc.lu

PROCHAINE ÉDITION
03 mars 2015

**DATE LIMITE D'ENVOI
DE MATÉRIEL POUR
LA PROCHAINE ÉDITION**
17 février 2015

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.



Jérôme Hugo
Ingénieur du son

Jérôme vous fait entendre.

Jérôme et toute l'équipe apex vous proposent des solutions acoustiques innovantes pour vos besoins en sonorisation : conférences, présentations de produits, événements d'entreprise, salles de réunion et beaucoup plus.

apex.lu | 3, Grevelsbarrière L-8059 Bertrange | Tél. : 25 31 25

Excellence in sound, light & video

apex



LE COURAGE EN POLITIQUE

Depuis que les grandes lignes du *Zukunftspak* sont connues, le ton monte entre l'opposition politique, les représentations syndicales et la majorité gouvernementale. Les membres du gouvernement sont accusés de tous les maux et qualifiés odieusement d'« anti-sociaux ». Nous faisons l'objet d'une inimitié, voire d'une antipathie, orchestrée par d'aucuns et relayée en boucle, en particulier par des anonymes sur les réseaux sociaux. Moderniser le Luxembourg constitue la préoccupation majeure de ce gouvernement, partagée par une large majorité de la population. Pourtant, rares sont les personnes qui souhaitent contribuer, financièrement ou autre, pour y arriver. Le long chemin vers la modernisation du pays prendra des années et sera semé d'embûches.

Par respect devant les générations futures, notre volonté affichée d'entamer des réformes sociétales et d'assainir les finances publiques reste entière. Que ceux qui critiquent les mesures décidées dans le cadre du paquet d'avenir sortent enfin de leur silence et nous proposent de véritables alternatives viables et des options durables. De nos jours, il n'est plus concevable que le gouvernement prenne pour chaque mesure décidée, électoralisme oblige, une autre mesure de compensation financière ou sociale pour dorer la pilule à l'un ou l'autre groupe de pression.

Recourir constamment à la dette pour compenser le déficit budgétaire constitue un comportement irresponsable qui mettra à terme notre État-providence en péril. L'égoïsme individuel étant une réalité humaine, il n'est guère surprenant qu'aucun particulier, ni aucun groupe ne souhaite faire de quelconques sacrifices et ainsi participer d'une manière ou d'une autre aux efforts d'assainissement budgétaire. La théorie de l'économiste américain Mancur Olson se trouve ainsi confirmée : les périodes de paix et de stabilité tendent à favoriser l'émergence d'organisations dont le but est la conquête d'avantages sociaux et leur maintien, ce qui en période de nécessaires ajustements économiques peut s'avérer néfaste.



Photo : Laurent Antonelli / Agence Blitz

Ce gouvernement ne se laisse point impressionner par de mauvais sondages qui ne sont qu'une photo momentanée. Un décideur doit concevoir la politique de l'avenir de son pays sur le long terme, au risque de devoir prendre parfois des décisions impopulaires portant temporairement atteinte à son degré de notoriété. Le chancelier allemand Gerhard Schröder en est un exemple. Le social-démocrate a dû céder sa place en 2005 à Angela Merkel. Il fut sanctionné par l'électeur notamment pour le lancement du fameux Agenda 2010. Or, ces réformes entreprises en 2003 ont permis à l'Allemagne

de conforter jusqu'aujourd'hui sa position de puissance économique majeure.

Contrairement aux gouvernements précédents, nous allons nous en tenir à l'esprit du programme gouvernemental. Dans l'intérêt du pays, il s'agit de faire preuve de courage politique et de joindre le geste à la parole, sans se soucier du fait que les mesures décidées nuisent ou non à notre réputation. ●

Étienne Schneider,
Vice-Premier ministre
Ministre de l'Économie

We have rules

Dress Code:

Unfortunately there is no such thing as no dress code.

So all members and guests must be "appropriately" dressed for the setting.

The not so square club

HOUSE SEVENTEEN is a new kind of dynamic business and social club reflecting the changing global way we do business and socialise in the cosmopolitan city of Luxembourg.

A Private Members' Club reflecting the 21st Century. Forget any notions of "old style" elitism, House 17 Club is for a new generation of can do people.

HOUSE 17

17, rue du Nord L-2229 Luxembourg
T. 20 10 17
www.house17.com



house
seventeen

private
members
club



Un jeune patron ouvre son salon à Dudelange



plan K

Une vraie réussite pour le salon de coiffure Styling Crew de Christian Materazzi, situé en plein centre de Dudelange, financé par BGL BNP Paribas.

ENSEMBLE, AGISSONS POUR L'ÉCONOMIE LOCALE.



**BGL
BNP PARIBAS**

| La banque d'un monde qui change

bgl.lu



www.portail-qualite.lu

Un outil dédié aux
consommateurs et
entreprises concernés
par la qualité, sécurité et
conformité au Luxembourg



PORTAIL-QUALITE.LU

QUALITE · SECURITE · CONFORMITE

SÉCURITÉ & SANTÉ

MÉTROLOGIE

ACCREDITATION & NOTIFICATION

CONFIANCE NUMÉRIQUE

NORMES & NORMALISATION

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

PRESTATIONS & RÉCOMPENSES

Le Portail-Qualité.lu a été développé par l'ILNAS en concertation avec l'Administration des Douanes et Accises, l'Administration des Services Techniques de l'Agriculture (ASTA), le Centre Européen des Consommateurs (CEC), l'Agence pour la Normalisation et l'Economie de la Connaissance (ANEC GIE), l'Institut Luxembourgeois de Régulation (ILR), l'Inspection du Travail et des Mines (ITM), le Ministère de l'Economie, l'Organisme pour la Sécurité et Qualité de la Chaîne Alimentaire (OSQCA), la Société Nationale de Certification et d'Homologation (SNCH) et l'Union Luxembourgeoise des Consommateurs (ULC).

ILNAS

Institut Luxembourgeois de la Normalisation, de l'Accréditation, de la Sécurité et qualité des produits et services

Southlane Tower | 1, avenue du Swing · L-4367 Belvaux · Tél.: (+352) 247 743 00 · e-mail : info@ilnas.etat.lu

FREE ACCESS TO ALL EUROPEAN AND INTERNATIONAL STANDARDS



EUROPEAN STANDARDS
(CEN AND CENELEC)



INTERNATIONAL STANDARDS
(ISO, ISO/IEC AND IEC)

98.000 REFERENCES

FR EN DE **TRILINGUAL**



3 ACCESS POINTS AT YOUR DISPOSAL:

1

ILNAS premises
(4th floor)

Southlane Tower I
1, avenue du Swing
L-4367 Belvaux

2

University of Luxembourg
Library Campus Kirchberg
(1st floor)

6, rue Coudenhove-Kalergi
L-1359 Luxembourg-Kirchberg

3

CRP Henri Tudor
(Ground floor)

29, avenue J.F. Kennedy
L-1855 Luxembourg-Kirchberg



ILNAS

