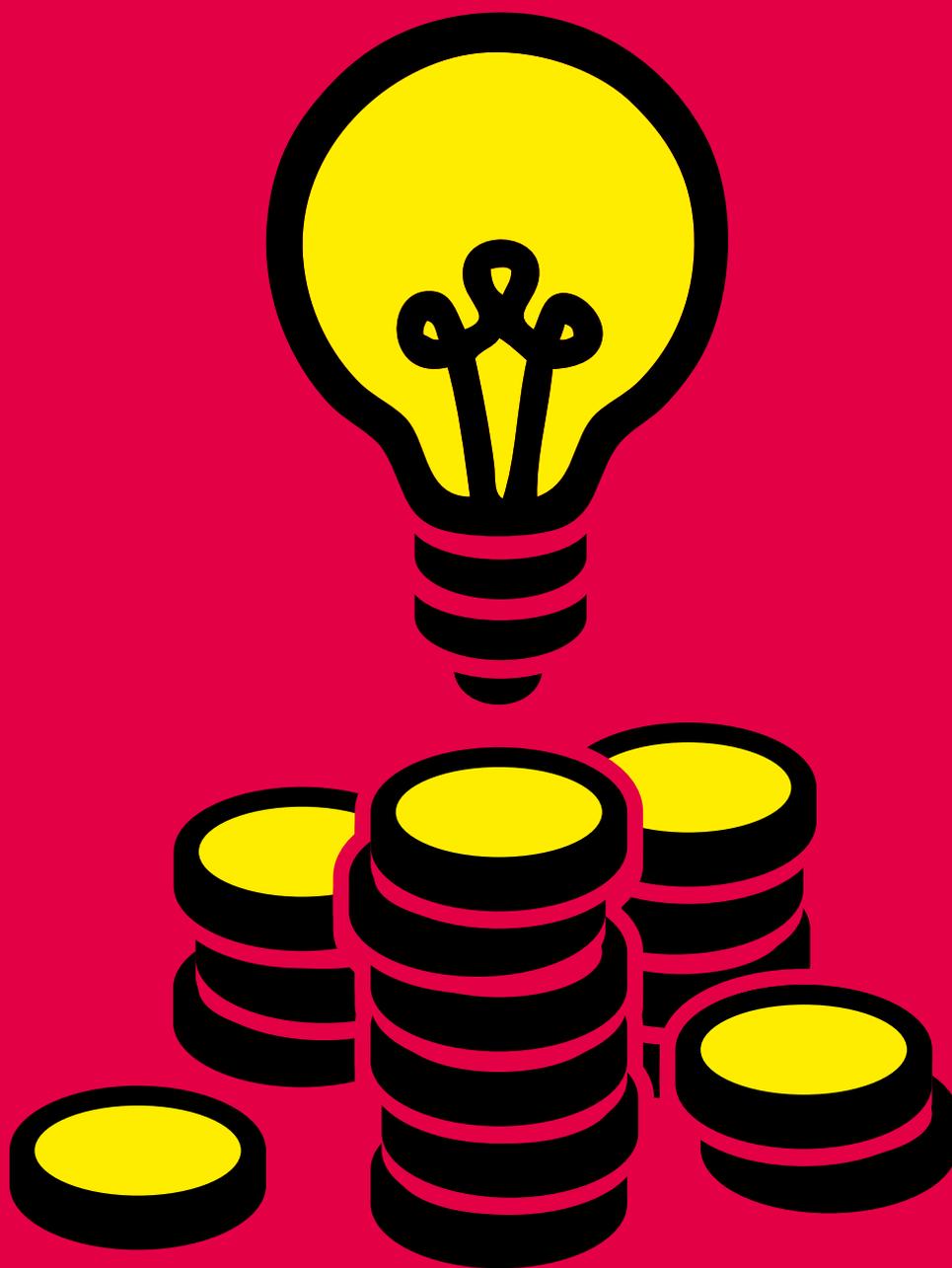


MERKUR

Magazine de la Chambre de Commerce du Luxembourg

Mars | Avril 2015



Crowdfunding
Le nouvel Eldorado ?



PackUp

Choisissez en toute liberté où recevoir vos colis :

- Dans l'une des 29 stations PackUp, 24h/24 et 7j/7
- Dans l'un des 100 points partenaires
- Dans le bureau de poste de votre choix

Rendez-vous vite sur www.packup.lu



www.post.lu • 8002 8004





ÉDITO

ARGENT FACILE ?

C'est une excellente nouvelle. En introduisant dans la législation luxembourgeoise une version simplifiée de la société à responsabilité limitée, qui permet à un porteur de projet de créer en principe son entreprise en un jour et avec un euro seulement, le législateur vient non seulement de donner suite à une revendication de longue date de la Chambre de Commerce, mais surtout de pallier une carence dans l'arsenal législatif luxembourgeois.

“

Le *crowdfunding* n'est pas la source intarissable d'argent facile que d'aucuns aimeraient bien y voir.

”

Une carence qui par le passé a pesé parfois lourd dans certains classements de compétitivité internationaux. Il faut donc se féliciter du fait qu'avec la *sàrl* simplifiée, le Luxembourg gagne en compétitivité et qu'il sera désormais bien plus facile et rapide de lancer dans notre pays un projet entrepreneurial, du moins dans les secteurs d'activité ne nécessitant pas de lourds investissements de départ, tels que la consultance et autres métiers dits

« intellectuels », des métiers qui ne demandent donc guère plus qu'un ordinateur et de la matière grise pour exister.

Si la *sàrl* simplifiée facilite la création d'entreprise, et par ricochet l'innovation, elle ne résout cependant en rien un problème essentiel auquel quasiment toutes les *start-up* sont confrontées, à savoir l'insuffisance du financement de départ. Si un travailleur intellectuel peut – en certaines circonstances – tenir plusieurs mois en réduisant au strict minimum ses frais de fonctionnement, il en va tout autrement pour une *start-up* qui ambitionne de lancer sur le marché un produit manufacturé. La production matérielle d'un bien demande souvent des sommes considérables qu'une *start-up* ne saurait mobiliser sans l'apport d'institutions de crédit traditionnelles ou le soutien de *business angels*, qui du coup demandent à exercer une influence plus ou moins directe sur les décisions stratégiques de l'entreprise. Cette cession partielle du pouvoir décisionnaire et la difficulté même de convaincre les investisseurs et bailleurs de fonds traditionnels à soutenir un projet d'entreprise poussent de plus en plus de *start-up* à faire appel au *crowdfunding* pour leurs besoins de financement.

Si le financement participatif a en effet permis à de nombreux entrepreneurs de lancer sur le marché des produits et services qui n'auraient sans doute jamais vu le jour sans le soutien de myriades de particuliers convaincus du bien-

fondé des projets proposés, il n'en reste pas moins que le *crowdfunding* n'est pas la source intarissable d'argent facile que d'aucuns aimeraient bien y voir. Pour être couronnée de succès, une campagne de financement participatif doit en effet être minutieusement préparée, car dans le *crowdfunding*, comme dans tout autre secteur d'activité, la concurrence est rude. Ceux qui réussissent le mieux, sont ceux qui se préparent rigoureusement, donc ceux qui se fixent des objectifs raisonnables, qui ont pris soin d'étudier la concurrence et le marché visé, qui ont construit en amont un puissant réseau d'influence, voire des liens privilégiés avec des communautés existantes et qui, surtout, savent animer leur campagne dans la durée en proposant à leur public des récompenses de plus en plus intéressantes, au fur et à mesure que la campagne avance.

Le *crowdfunding* n'est ni plus ni moins qu'une incarnation foncièrement pure de la loi du marché. Soit votre idée convainc et le public vous fait suffisamment confiance pour mener à bien votre projet, soit vous apprenez en temps réel, par l'absence d'intérêt et de soutien ou par un retour de commentaires tantôt constructifs, tantôt acerbes, les raisons de votre échec. Si l'échec peut être cuisant, la réussite peut être tout aussi éclatante et... surprenante. ●

Patrick Ernzer,
Rédacteur en chef

MERKUR

Mars | Avril 2015

6 - 25

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.



42 - 54

DOSSIER



CROWDFUNDING : LE NOUVEL ELDORADO ?

Véritable fer de lance de l'économie collaborative, le *crowdfunding* - ou financement participatif - s'est développé à une allure fulgurante. Perçu tantôt comme un nouveau levier de

croissance pour l'économie, tantôt comme un moyen simple, accessible et peu coûteux pour les start-up et les PME de lever des fonds, le *crowdfunding* est loin d'avoir révélé tout son potentiel.

56 - 70

ÉCONOMIE

PERSPECTIVES 2015

Comment éviter le « surplace » économique ?

ANALYSE COMPARATIVE DE COMPÉTITIVITÉ

Suisse et Allemagne : exemples à suivre ?

ALLOCATIONS FAMILIALES

Ce qui va changer

72

CHIFFRE DU MOIS

RECHERCHE EN QUÊTE DE DÉVELOPPEMENT

Un incontournable pour le Luxembourg

26 - 40

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.



74 - 76

IDEA

FONDATION IDEA

Tout juste un an!

ZONE EURO

Déflation, bombe à retardement ?

78 - 87 GRAND ENTRETIEN



VIVIANE REDING « TISA EST UN MUST POUR NOTRE PAYS! »

Les négociations sur le « Trade in Services Agreement » suscitent autant d'espoirs que d'inquiétudes. Viviane Reding, rapporteur du Parlement européen sur le TISA, lève le voile sur un dossier qui revêt une importance capitale pour le Luxembourg.

88 - 90 START-UP



CHARLES-LOUIS MACHURON SILICON LUXEMBOURG

Un média 100 % dédié à l'actualité des start-up et des entrepreneurs au Luxembourg.

98 - 101 VISITE ENTREPRISE



BANK OF CHINA PREMIÈRE BANQUE CHINOISE À S'ÊTRE IMPLANTÉE AU LUXEMBOURG IL Y A 35 ANS.

102 - 113 RETOUR EN IMAGES

102 - 103 PHOTO DU MOIS RÉCEPTION DU NOUVEL AN DE LA FEDIL

104 - 105 LANCLEMENT DE LA NOUVELLE FORMULE MERKUR

106 - 107 NOUVEL AN CHINOIS : L'ANNÉE DE LA CHÈVRE FÊTÉE À LA CHAMBRE DE COMMERCE

108 - 109 GRAND MESSE ANNUELLE DE LA FEDIL

110 PASSATION DE POUVOIR ENTRE L'ANCIEN ET LE NOUVEAU RECTEUR DE L'UNIVERSITÉ DU LUXEMBOURG

112 SALON EUROMARITIME PARIS : LE LUXEMBOURG À BON PORT

113 SOIRÉE DE NETWORKING DU BUSINESS MENTORING

114 - 117 AGENDA

122 CARTE BLANCHE PIERRE GRAMEGNA

92 - 97 SUCCESS STORY



NICK D'ALOISIO “I DREAM OF A VIRTUAL BRAIN. IT'S COMING IN 10 OR 20 YEARS”

When he was 17, the south Londoner Nick D'Aloisio sold his news app Summy to Yahoo for 30 million dollars. Now his latest app Yahoo News Digest is being developed for the Apple Watch. Where did it all go right for the millionaire Oxford teenage undergraduate ?



FERNAND ERNSTER L'ESPRIT LIVRE, MAIS PAS SEULEMENT



JULIE JAGER SIMPLE ET VRAIE, COMME SA CUISINE



GEOPARTNER UNE ÉQUIPE D'INGÉNIEURS MULTIDISCIPLINAIRES POUR DES PRESTATIONS POINTUES.



01.



02.

SUPERMIRO

LA START-UP QUI VOUS PRÊTE SES LUNETTES

On ne pourra plus dire : « Je m'ennuie ; je ne sais vraiment pas quoi faire. » Plus d'excuses, Supermiro s'est donné pour mission de recenser tout ce qui se passe au Luxembourg, du divertissement au culturel en passant par les activités pour enfants, les découvertes gourmandes ou les animations commerciales...

Texte : Catherine Moisy - Photos : Supermiro

L'outil est construit autour de la géolocalisation et du partage d'information, le tout emballé dans un ton rédactionnel mixant proximité, authenticité et humour, style « conseil entre copains », un univers graphique amusant et chaleureux et une navigation intuitive simplissime. La *home page* annonce tout de suite la couleur et ne s'embarrasse pas de discours inutiles : un champ unique pour

entrer une adresse et hop, des dizaines de vignettes (les mirettes) apparaissent, recensant tout ce qui se passe aux alentours, classé jour par jour. Chaque vignette contient l'essentiel des informations : quoi, où, quand, combien ça coûte, s'il faut réserver ou pas... et un rédactionnel court, toujours dans le ton. Si l'internaute ne trouve pas son bonheur, il peut toujours faire une recherche

avancée. Le site existe en format ordinateur, tablette ou téléphone, ce qui permet d'utiliser le service partout, y compris en situation de mobilité.

Comment ça marche ? eLfy, initiatrice du projet, explique : « L'équipe de Supermiro fait un gros travail de repérage, mais le système est conçu pour que les personnes qui organisent des événements ouverts au public puissent poster eux-mêmes leurs informations. Le sérieux de celles-ci est vérifié et un travail rédactionnel est fait pour que chaque événement adopte le ton Supermiro. Le système est notamment intéressant pour les zones éloignées des centres-villes où il n'est pas toujours facile de donner de la visibilité aux événements. »

L'information est mise gratuitement à la disposition des internautes. Les commerçants et les organisateurs d'événements peuvent publier gratuitement leurs événements ou opter pour un format sponsorisé. Le business model repose aussi sur toute une palette de formats publicitaires innovants, qui sont intégrés avec subtilité dans l'outil pour assurer leur visibilité tout en ne perturbant pas la navigation de l'internaute.

La start-up internet est basée au Luxembourg, au « Silicon Duchey » comme la fondatrice visionnaire aime surnommer le Grand-Duché de Luxembourg, mais a vocation à se développer rapidement, notamment en ciblant des villes de taille moyenne ou des coins de campagne. eLfy s'est entourée d'autres mordus du web pour lancer, à tout juste 30 ans, le site dont elle rêvait depuis toujours. Sa plus grande fierté : avoir introduit de la chaleur et de l'émotion dans un monde du web parfois un peu froid et déshumanisé. ●

01. Supermiro existe en version ordinateur, tablette ou smartphone.

02. eLfy, web entrepreneuse de 30 ans, livre Luxembourg sur un plateau.

L'information continue

Retrouvez toutes les informations sur www.supermiro.com

CACTUS

MARRE DE LA MALBOUFFE!

Conscient de l'importance qu'a l'alimentation et de ses impacts environnementaux et sociétaux, Cactus lance une nouvelle initiative pour promouvoir une alimentation saine et responsable.

Souhaitant soutenir et œuvrer activement pour une alimentation saine prenant en compte les enjeux environnementaux et le développement durable, Cactus initie le Fit Food Challenge – « Marre de la malbouffe! ».

Le Challenge s'adresse à toute asbl, syndicat d'initiative, club ou groupe de personnes socialement engagé, œuvrant sur le territoire luxembourgeois. Les projets devront notamment avoir une portée éducative, mettre en valeur une alimentation équilibrée, être réalisables et développer une idée originale.

Les candidats devront faire parvenir leur projet via le formulaire en ligne disponible sous www.cactus.lu. Un jury présélectionnera 30 projets jusqu'au 19 avril. Ces 30 projets se verront



Le Fit Food Challenge, une initiative responsable pour dire non à la malbouffe.

remettre une prime de récompense d'une valeur de 500 euros par projet et pourront participer à la deuxième phase du concours.

Lors de cette deuxième étape du challenge, les candidats retenus devront élaborer leurs projets en réalisant un cahier des charges détaillé.

Après sélection par le jury des trois projets gagnants, ils se verront remettre 5.000 euros pour le premier prix, 3.000 euros pour le deuxième prix et 1.000 euros pour le troisième prix. Dans la deuxième phase du concours, un prix spécial sera également réservé pour la candidature qui recevra le Prix du public. ●



PWC

La loyauté mise à l'honneur

À l'heure où la génération Y tend à avoir du mal à envisager une carrière entière au sein d'une même entreprise, PwC Luxembourg s'est démarquée en organisant en février dernier son traditionnel Seniority Cocktail. Cette cérémonie est un témoignage de gratitude et une reconnaissance de la loyauté des 97 collaborateurs qui ont partagé l'évolution de PwC

Luxembourg pendant 10, 15, 20 et 25 ans. Thierry Blondeau, associé, a quant à lui fêté ses 30 ans d'engagement au sein de PwC Luxembourg. Pour Vinciane Istace, human capital partner, « une fois que le lien est établi, il est durable et intimement lié à l'environnement professionnel. (...) La diversité de nos métiers permet à nos collaborateurs de s'épanouir, de se réinventer et de se construire un parcours qui leur est propre ». ●

SES

LuxGovSat en orbite

Appelée provisoirement « LuxGovSat », la joint-venture est une société anonyme de droit luxembourgeois dont le capital social est détenu à parts égales par l'État luxembourgeois et la société SES. Elle aura pour objet l'acquisition, le lancement et l'exploitation d'un satellite à des fins de communication militaires et gouvernementales. La société valorisera davantage la réputation du Luxembourg sur le marché des satellites et permettra au Luxembourg de remplir ses obligations en matière de défense au niveau européen. SES et l'État luxembourgeois annoncent la commande par LuxGovSat SA d'un satellite dont le lancement est prévu en 2017. ●

BRÈVES



ENOVOS

5.000 euros pour l'Unicef

En tant que partenaire d'Unicef-Luxembourg, le fournisseur d'énergie Enovos a remis un chèque d'un montant de 5.000 euros en soutien au projet « Kannerlicht » destiné à donner de nouvelles perspectives aux enfants défavorisés au Brésil. Plus d'informations sur : www.unicef.lu/kannerlicht



ING

D'Woch vun de Suen

ING participera à la European Money Week du 9 au 13 mars. Cet événement européen a pour but renforcer et donner plus de visibilité à l'éducation financière. ING se veut de plus en plus implantée au Luxembourg et souhaite montrer que l'éducation financière fait partie intégrante de sa stratégie.



01.

INSTANTANÉ :

Gaëlle Panarello, responsable du magasin de Luxembourg-ville

Depuis combien de temps travaillez-vous chez Thiriet ?

« Je travaille pour l'enseigne depuis 15 ans. À mes débuts, j'étais en BTS en alternance.

Combien de personnes travaillent dans le magasin de Luxembourg ?

« Nous sommes trois. Une 4^e embauche est prévue.

Quelles sont vos premières impressions ?

« Je constate que la clientèle familiale achète surtout des produits bruts. La clientèle de bureau va privilégier les plats cuisinés. Je suis très à l'écoute des clients pour toutes les remarques concernant les produits et la communication. »



02.



03.

THIRIET

PREMIERS PAS AU LUXEMBOURG

L'offre en produits alimentaires surgelés s'est étoffée au Luxembourg avec l'ouverture en janvier d'un magasin Thiriet sur 280 m², entre le quartier Gare et Bonnevoie. L'espace présente un beau volume, divisé en huit univers produits, de l'apéritif au dessert.

Texte : Catherine Moisy – Photos : Gaël Lesure

L'entreprise familiale Thiriet a son berceau à Éloyes dans les Vosges. C'est là que Louis Thiriet ouvre une boulangerie/pâtisserie/alimentation générale au début des années 1900, dans une ancienne biscuiterie. Louis Thiriet met au point une recette de brioche qui est encore aujourd'hui le produit phare de l'enseigne, avec commentaires élogieux sur le net, changement d'époque oblige. Il s'en vend 4 millions d'unités par an !

Aujourd'hui, si l'entreprise est toujours familiale, elle a changé considérablement d'échelle : 1.200 références dont 450 glaces et pâtisseries toujours fabriquées à Éloyes, 150 nouveaux produits chaque année, 1,5 million de clients, 2.800 collaborateurs et 177 magasins en France, ainsi que 90 centres de livraison à domicile.

La Belgique, la Suisse et le Luxembourg sont les premiers marchés étrangers visés par l'enseigne vosgienne pour son développement international. Le magasin de Luxembourg-ville

bénéficie du tout dernier concept de décoration : ambiance en deux teintes chaudes et chics (framboise et marron glacé), petits caddys légers extrêmement maniables, promotions et nouveautés clairement identifiées et univers produits organisés dans l'ordre chronologique du repas et par code couleur : violet pour les entrées et le *snacking*, bleu pour les produits de la mer, vert pour les fruits et légumes... Les mêmes codes couleur sont d'ailleurs présents sur le site internet où l'on peut passer commande avant de venir enlever la marchandise en magasin.

Du point de vue de l'offre, l'enseigne Thiriet sélectionne des produits sans additifs auprès de producteurs qui respectent l'environnement. Les recettes, qui font la part belle aux nombreuses spécialités régionales françaises (aligot de l'Aubrac, galettes bretonnes, quenelles de Lyon...), sont élaborées par les chefs « maison » qui respectent un engagement nutrition/santé. ●

01. Gaëlle Panarello, venue du magasin d'Augny (Moselle) pour diriger l'entité de Luxembourg-ville.

02. Engagements qualité et historique de la marque sont clairement exposés sur une fresque murale.

03. Porte d'entrée vers un assortiment de 1.200 références gourmandes.

Thiriet

7A, rue de Bonnevoie
Ouvert du lundi au vendredi,
de 9 h à 20 h
et le samedi de 9 h à 19 h
www.thiriet.com



NOUVEAU VIVARO

PRÊT POUR DE GRANDES CHOSES.

Avec de l'espace pour un chargement pouvant mesurer jusqu'à 4,15 m de long ou de la place pour 3 europalettes, le nouvel Opel Vivaro voit les choses en grand. Par ailleurs, avec une capacité de charge jusqu'à 1,2 tonne, le Vivaro a été conçu pour abattre un boulot phénoménal.

- Design séduisant
- Très grand espace de chargement
- Fonctionnel et polyvalent
- Bureau mobile
- Consommation réduite
- Motorisations efficaces

C'est ça, l'excellence allemande à la portée de tous.

opel.lu  5,9-6,6 L/100 KM  155-170 G/KM

 DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.



Wir leben Autos.

**AUTOPOLIS
MENG GARAGE**

Zône d'Activités Bourmicht • 8070 Bertrange • 352/439.696.2100
Route du Luxembourg, Zône d'Activités Jauschwiss • 7759 Roost • 352/661.163.840

BRÈVES


**SAMSA FILM ET LUCIL FILM
C'est dans la boîte!**

Samsa Film, premier producteur indépendant luxembourgeois, fondé en 1986, et Lucil Film, qui produit des courts et longs métrages depuis 2006, ont fusionné pour former désormais une seule société de production et de distribution indépendante, sous le nom de Samsa Film. Cette décision est en ligne avec la stratégie d'internationalisation de Samsa Film qui veut renforcer et élargir sa présence sur le marché européen et au-delà. Une très grande majorité de réalisateurs luxembourgeois font confiance à cette nouvelle alliance pour leurs projets en cours ou en développement. Le catalogue du nouveau Samsa Film inclut les plus grands succès du box-office national, ainsi qu'une soixantaine de coproductions internationales.

**CARGOLUX
First ever 747-8F
flight to Manaus**

Cargolux introduces its Boeing 747-8 freighter on its regular cargo services to Manaus and becomes the first airline worldwide to operate the state-of-the-art workhorse to the Brazilian airport. Manaus becomes the 100th airport Cargolux operates to commercially with the Boeing 747-8F.

INAUGURATION

**KPMG
OFFICIELLEMENT
BOULEVARD
KENNEDY**

Deux ans après la pose de la première pierre, KPMG a inauguré en janvier dernier, en présence de nombreuses personnalités, son nouveau siège social au Kirchberg. La construction de ce bâtiment, 39, boulevard J. F. Kennedy, permet le regroupement sur un seul site des 1.200 employés du cabinet d'audit.

Posé sur l'un des principaux axes de la ville, le nouveau bâtiment, conçu par le cabinet d'architecture Hermann & Valentiny et construit par Félix Giorgetti sarl, permet à KPMG d'augmenter sa visibilité à Luxembourg. Présentant une forme et un aspect particulièrement innovants, la structure extérieure du nouveau siège est en acier Corten reconnaissable par sa couleur rouge oxydée. Au-delà de la structure extérieure, l'intérieur du bâtiment a également été conçu avec de nombreuses baies vitrées, un atrium et de multiples espaces de rencontre offrant un environnement de travail plus agréable et plus efficace aux employés. « Il y a de la place pour des espaces de



travail collaboratif et de relaxation. Nous avons aussi intégré la technologie dans la conception même du bâtiment – comme un écran géant de communication rappelant Time Square et des écrans tactiles dans tout le bâtiment. Ceux-ci ne sont que quelques exemples de la manière dont nous avons été plus loin afin de faire de ce bâtiment un endroit vraiment différent – et nous espérons excitant – pour nos employés et nos clients », expliquait Emmanuel Dollé, responsable du service Audit, enthousiaste d'avoir fait ce choix, lors de la présentation des résultats du cabinet en janvier dernier. ●


**DISTRIBUTION
Cactus gazouille**

Pour communiquer étroitement avec ses clients, Cactus avait déjà multiplié les occasions de rencontre : club Vin/Vin, cours de cuisine, visites de producteurs... Avec la création de sa page Twitter, l'enseigne crée un lien encore plus

étroit et propose l'information en temps réel sur ses nouveaux produits (gamme Hausgemaacht), les nouveautés de ses fournisseurs exclusifs, les nouvelles tendances du monde de la cuisine, des conseils vins, des recettes cocktails trendy ou tout simplement des astuces intéressantes. ●


**JOHN PAUL LUXEMBOURG
Les clients Renault
priviliés**

Renault Luxembourg a choisi le leader européen des services de conciergerie pour lancer son programme premium relation client qui donne accès à un large choix de services de conciergerie privée. Réservation de billets d'avion ou de spectacle, d'hôtel ou de restaurant, livraison de fleurs, organisation d'événements, les clients peuvent solliciter un concierge Renault pour bénéficier de services haut de gamme et individualisés et d'offres exclusives. ●

*Pour mon entreprise comme dans ma vie privée,
j'aime explorer de nouveaux horizons.*

Votre patrimoine est unique. Exprimons ses ambitions
grâce à notre gamme de services dédiés aux entrepreneurs.

Plus d'informations sur bgl.lu/banqueprivee



BGL BNP PARIBAS
BANQUE PRIVÉE

La banque d'un monde qui change

BRÈVES



ÉDITIONS SAINT-PAUL

Expogast, le livre

Le succès d'Expogast 2014 se prolonge dans un livre de 112 pages et 150 photos, rédigé par un écrivain gastronomique, où les plus belles recettes de chefs ont été adaptées afin d'être facilement réalisables.



ZEILT PRODUCTIONS

Mr Hublot, making of

Un ouvrage, disponible en français et en anglais, permet de découvrir l'incroyable making-of du court métrage d'animation oscarisé en 2014 : 150 pages de recherches visuelles, de citations d'artistes et de secrets de fabrication.

SOLIDARITÉ

Arendt & Medernach aux côtés des enfants

Arendt & Medernach a remis un chèque de 8.100 euros à deux organisations qui œuvrent pour les enfants : Kribskrank Kanner, qui dédie son activité aux enfants atteints d'un cancer ou d'une maladie rare et Pour un sourire d'enfant asbl, qui vient en aide aux enfants dans la misère au Cambodge.



TARANTULA

L'araignée a 20 ans

Créée en 1995 par Donato Rotunno, la société de production Tarantula est devenue une success-story du secteur cinématographique luxembourgeois. Fidèles à des choix rédactionnels affirmés, les productions Tarantula sont régulièrement présentées dans les grands festivals internationaux. L'histoire de Tarantula est ainsi régulièrement ponctuée de récompenses reçues dans

les capitales de cinéma du monde entier : Cannes, Locarno, Venise, Toronto... Sa dernière coproduction, *Secrets of War* (photo), récemment primée aux Pays-Bas, sera présentée en avant-première le jeudi 5 mars au Luxembourg City Film Festival et sortira en salles au Luxembourg le mercredi 25 mars. L'avant-première du 5 mars sera prolongée d'une soirée ouverte au public, au CarréRotondes, pour fêter les 20 ans de Tarantula. ●

ENOVOS

Plus vert et plus local

À partir de 2015, 64 % de l'électricité verte d'Enovos proviendront de productions luxembourgeoises d'énergies renouvelables telles que l'hydro, l'éolien, la biomasse et le photovoltaïque. Les 36 % restants seront couverts par de nouvelles centrales hydroélectriques de l'Union européenne, âgées de maximum trois ans au 1^{er} janvier 2015 ou bien renouvelées au cours des trois dernières années. Enovos investit chaque année 200.000 euros dans la promotion et la mise en valeur des sources d'énergie renouvelables, de l'efficacité énergétique et des écotecnologies. Les ménages ayant opté pour l'électricité verte d'Enovos contribuent eux aussi activement à la transition énergétique. ●

AMICALE DES AMIS

NOUVEAU LIEU ÉVÉNEMENTIEL À BONNEVOIE

Espace industriel unique, L'Amicale des amis est une ancienne serrurerie transformée en un lieu original. L'endroit est disponible pour les événements d'entreprise jusqu'au 30 juin 2015, avant transformation définitive du site.

Photo : Shine a light

L'agence de communication événementielle Shine a light s'est vu confier la gestion de cet espace. Elle y propose différentes configurations d'événements pour une capacité d'accueil maximale de 200 personnes. L'accès au site s'effectue par une cour intérieure dérobée en plein cœur du quartier de Bonnevoie. Les grandes portes du bâtiment ouvrent sur un espace industriel intact d'une surface au sol de 1.000 m² et d'une belle hauteur sous plafond. Dans ce grand volume, 14 architectes et designers parmi les plus pointus du Luxembourg ont eu carte blanche pour exprimer leur créativité. C'est l'une des grandes originalités du lieu, habité par la création artistique. 14 pavillons de formes et matériaux divers dialoguent ainsi avec l'espace et offrent aux visiteurs



une expérience unique. L'éclairage a été spécialement étudié pour rendre l'ensemble convivial et intimiste. Les deux grands poêles à bois d'origine de l'ancienne serrurerie sont toujours en fonctionnement et distillent une atmosphère chaleureuse. Dans ce décor industriel, l'un des pavillons, construit en bois et matériaux recyclés, permet d'accueillir des petits groupes jusqu'à 25 personnes en toute convivialité autour d'une table d'hôtes, d'un bar équipé et d'une cheminée (photo). Cet espace modulable peut servir de coin de convivialité dans le cadre d'événements plus importants. ●

Réservation

stephane@shinealight.lu

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**



Réseau européen. Siège luxembourgeois.



EUROPEAN
PRIVATE BANKERS

BRÈVES



PWC

Forging a winning culture

Cette nouvelle étude propose une approche plus collaborative pour permettre d'éviter les décisions unilatérales et mener ce changement de culture efficacement sans le voir uniquement sous l'angle de la mise en conformité avec les exigences réglementaires.

OUVERTURE

Vinissimo et Divino

La vinothèque Vinissimo s'est installée boulevard F. W. Raiffeisen à Luxembourg-ville et s'est dotée d'un nouveau concept de restauration, Divino. À la carte, des plats dans la plus pure tradition italienne mettant à l'honneur l'excellence des produits du terroir où exigence et qualité restent les maîtres mots.



LUXAIR

Nouvelle stratégie vue pour Vous

Depuis quelques semaines, Luxair Luxembourg Airlines déploie sa nouvelle image à travers la série de visuels « frais et impactants » de sa nouvelle campagne publicitaire. Il s'agit de la première phase de la refonte de la stratégie de communication confiée à l'agence luxembourgeoise Vous en début d'année.



BRASSERIE

DU BON, DU BIO : BIENVENUE AU MONTEFIORE !

Ouverte depuis l'été dernier, la brasserie Montefiore Sul Palco a pris officiellement possession des lieux au mois de février lors de son inauguration. Ce nouvel établissement situé en plein cœur de la capitale (rue Philippe II) propose une cuisine raffinée et savoureuse.

Aux manettes de la brasserie, François Kahn, dont le groupe familial a participé à l'ouverture de grands magasins du centre-ville de Luxembourg (la Bourse, Leonidas), et le chef de cuisine Frédéric Vuillemin (ayant notamment officié auprès de Marc Veyrat et à la Brasserie Guillaume) ont décidé de faire la part belle à une cuisine délicate. Le chef aime travailler les poissons

issus d'élevage bio, les pâtes (fraîches) fabriquées à Luxembourg et autres produits frais d'origine locale ou prestigieuse et raffinés, tels que le Tzar caviar (servi seul sur glace ou avec son œuf coque) et la truffe de Perugia (proposée en risotto).

La brasserie Montefiore Sul Palco est de plus attentive à celles et ceux qui prennent soin de leur ligne, des plats spéciaux ayant été étudiés à leur attention par une diététicienne. Les personnes allergiques au gluten, au lactose, et les végétariens et vegans trouvent aussi leur compte sur une carte élaborée avec soin pour répondre à toutes les envies. Le Montefiore Sul Palco accueille également les clients pour des après-midi salon de thé-glacier offrant à la dégustation toute une gamme de glaces artisanales et autres gourmandises Amorino. ●

L'information continue

Retrouvez toutes les informations sur www.montefiore.lu

RÉNOVATION

L'HISTORIQUE « PALAIS DES FENÊTRES » REPREND VIE

Laissé à l'abandon depuis des années et dans un état de délabrement total, alors qu'il est classé « monument historique » national, l'immeuble Fënsterschlass a été vendu à un consortium d'investisseurs pour être réhabilité. Appartements, plutôt luxueux, commerces et bureaux vont lui redonner toute sa splendeur.

Texte : Corinne Briault - Photos : NC Management sàrl

Le projet de réhabilitation de l'immeuble Fënsterschlass est un défi de grande envergure à plus d'un titre.

Situé en plein cœur de la ville, au coin de la rue des Bains et de la rue Aldringen, cet immeuble historique est construit sur d'anciens remparts. Son nom lui vient du nombre impressionnant de fenêtres qui ponctuent sa façade. Construit fin 19^e, l'immeuble mélangeait les inspirations de styles Art nouveau et néogothique et était l'un des plus hauts de la ville. Il offrait une vue impressionnante sur le parc municipal.

L'un des premiers défis sera de proposer un projet prestigieux, construit avec des matériaux haut de gamme et qui répondra aux critères les plus stricts en matière de performance énergétique et de durabilité. Le deuxième défi spectaculaire concernera la conservation de la façade historique. Ainsi, cette dernière

sera entièrement décollée du bâtiment, suspendue à une grue pour être « recollée » à un bâtiment entièrement neuf. Afin de garantir aux futurs habitants un maximum de confort, les deux bâtiments adjacents vont être intégrés à ce nouvel immeuble. Celui de gauche, situé au numéro 23 de la rue des Bains, fait également partie du « secteur protégé de la ville haute ».

L'immeuble en lui-même est un projet mixte de 3.500 m² comprenant 700 m² d'espace commercial, 500 m² de bureaux, 18 appartements de standing et 28 emplacements de parking. Dix appartements ont déjà été réservés. La construction sous entreprise générale sera entamée au cours du premier trimestre 2015 et la réception est prévue pour fin 2016. Les appartements seront répartis du 2^e au 4^e étage avec, à chaque étage cinq logements, modulables selon les souhaits des futurs

propriétaires. Les deux grands appartements de chaque étage s'étendent sur une surface de 120 et 130 m². L'immeuble comptera aussi des studios d'une superficie d'environ 40 m² et des appartements de 65 m² avec une vue directe sur le monument de la Princesse Amélie et le parc. Enfin, le Fënsterschlass comptera deux grands duplex aux 5^e et 6^e étages d'environ 198 m². Une situation idéale pour des appartements luxueux qui auront bien évidemment un prix (plus ou moins 10.000 euros le m²), également évalué au regard de l'évolution future du quartier avec la réalisation du Centre royal Hamilius, du Royal20 et du Royal Grace à deux pas de l'immeuble. Le rez-de-chaussée doit être réservé aux commerces et le premier étage devrait accueillir des bureaux.

Le projet, signé Christian Bauer & associés architectes SA, sera réalisé sous la gestion de NC Management. La transaction a été réalisée par l'intermédiaire de Inowai. ●

01. Situé en plein cœur de la ville, au coin de la rue des Bains et de la rue Aldringen, cet immeuble historique est construit sur d'anciens remparts.

02. Le Fënsterschlass comptera deux grands duplex aux 5^e et 6^e étages d'environ 198 m².

03. L'immeuble est un projet mixte de 3.500 m² comprenant 700 m² d'espace commercial, 500 m² de bureaux, 18 appartements de standing.

BRÈVES



GUIDE PRATIQUE

Just Arrived: une sixième édition et un site web

Rédigé en français et anglais, le guide *Just Arrived* oriente les nouveaux résidents lors des nombreuses et incontournables démarches administratives et propose une solution immédiate et efficace à leurs besoins concrets afin de leur permettre de s'installer et de prendre leurs repères. Il se distingue d'un annuaire classique par le biais de conseils pratiques, d'astuces et de bons plans, pour la plupart testés ou recommandés. Pendant web du guide, le portail www.justarrived.lu a été créé pour faciliter l'installation dans le pays depuis l'étranger et reprend les informations sous deux rubriques principales : « J'arrive au Luxembourg » et « Je suis au Luxembourg ». Disponible gratuitement au Bierger-Center, Luxembourg.



01.



02.



03.

BRÈVES



BGL BNP PARIBAS

Deux initiatives en faveur des enfants

BNP Paribas Securities Services Luxembourg a pu remettre un chèque de 11.845 euros à la Fondation Kriibskrank Kanner grâce, notamment, à une course parrainée à laquelle 50 salariés ont pris part. Un peu plus tôt en 2014, les collaborateurs de l'agence BGL BNP Paribas de Junglinster ont préparé et vendu plus de 250 pots de confiture afin de récolter des fonds au profit du Kannerhaus Jonglënster.



TRAINING

China Luxembourg Business Study Centre

A new organization, China Luxembourg Business Study Centre, provides tailor-made trainings and seminars about Luxembourg financial and business know-how to Chinese executives who have business interests in Luxembourg and Europe. The sessions are held in English with a translation into Chinese. The centre also offers workshops on Chinese-Luxembourg intercultural business codes for executives who are working with Chinese partners. For further information: www.chinalux-bsc.com



PRIX INTERNATIONAL EY

Une étudiante luxembourgeoise primée

Rita Julien (devant à gauche sur la photo), déjà nommée meilleure jeune fiscaliste de l'année au Luxembourg en juin 2014, a gagné la troisième place au concours mondial du meilleur jeune fiscaliste de l'année organisé par EY le 3 décembre dernier, derrière Benjamin Mbana (Afrique du Sud) et Vilho Lammi (Finlande). Cette compétition est organisée

dans plus de 250 universités de 30 pays. Elle donne la possibilité à des étudiants fiscalistes de démontrer leurs compétences techniques, professionnelles et de leadership. Les épreuves consistent en résolutions d'études de cas et en entretiens individuels avec des membres du jury. Rita Julien a gagné une invitation à participer à une conférence internationale lors de laquelle elle aura l'opportunité de rencontrer des dirigeants et clients d'EY. ●

PARTENARIAT

EBRC signe avec BrainServe

EBRC (Luxembourg) et BrainServe (Suisse) souhaitent, par un accord signé en octobre 2014, promouvoir sur le marché international leurs centres de données certifiés situés au cœur de l'Europe.

Une coopération technique axée sur l'amélioration continue des bonnes pratiques sera également mise en place.

Cet accord donne naissance à une exclusivité mondiale: EBRC et BrainServe opèrent à eux seuls, au cœur de l'Europe économique, quatre centres de données certifiés, Tier IV garantissant le plus haut niveau de fiabilité technique en termes de disponibilité et de maintenabilité. Pour Yves Reding, CEO d'EBRC, «BrainServe et EBRC partagent une même culture et les mêmes valeurs, alliant haute gestion des risques, agilité et discrétion». ●

PAUL WURTH

PARTENAIRE DE LA RECHERCHE

Le 15 janvier 2015, le premier Prix Paul Wurth du meilleur travail de fin d'études dans le domaine de l'énergie et de l'environnement a récompensé deux lauréats Roberto Palumbo et Eric Gonderinger pour leur excellent travail scientifique.

Le but de cette initiative est d'encourager de jeunes étudiants luxembourgeois en master d'ingénierie et sciences qui font des recherches dans le domaine des technologies de l'environnement, de l'énergie ou de la récupération d'énergie.

Le travail de fin d'études de Roberto Palumbo portait sur l'effort résiduel de profilés soudés utilisés par exemple pour des structures de support dans des parcs éoliens offshore, et celui d'Eric Gonderinger concernait quant à lui la conception optimisée d'un vélo électrique à trois roues destiné au personnel de la poste.

Les différents travaux en compétition ont fait l'objet d'une présentation devant un jury composé d'ingénieurs de Paul Wurth.



Roberto Palumbo et Eric Gonderinger, entourés de Georges Rassel, directeur général de Paul Wurth (à droite), et des responsables des ressources humaines Hans-Jürgen Lessmann, Christian Cortina, Dorothee Pfander et Stefan Heilmann.

Le 27 janvier 2015, Paul Wurth et le Centre interdisciplinaire pour la sécurité, la fiabilité et la confiance de l'Université du Luxembourg (SnT) ont signé un accord de partenariat dont le but est de promouvoir des projets de recherche et de développer des applications commercialisables dans le domaine de l'automatisation, des systèmes de contrôle et des bâtiments intelligents (smart buildings). ●

C'est la chaussure qui fait le champion

C'est l'assurance qui fait la voiture



LALUX est une marque du Groupe LA LUXEMBOURGEOISE

Votre **nouvelle voiture**, tout comme vos chaussures, vous permet de vous déplacer aisément et souligne votre style et votre besoin de liberté !

- Grâce aux formules '**Performance**', '**Confort**' et '**Sécurité**', **easyPROTECT-Auto** s'adapte à vos besoins personnels, vos moyens et votre voiture.
- **easyPROTECT-Auto**, c'est une couverture ultra-complète qui vous permet d'opter pour une garantie Casco sans Malus, des services d'assistance 24 heures sur 24 et le paiement par mensualisation gratuite.
- Profitez en plus de rabais exceptionnels : rabais de bienvenue pour tout nouveau client, rabais de pluralité jusqu'à 100.- € par voiture lors du regroupement de vos contrats d'assurances.

easyPROTECT-Auto, c'est votre **choix de qualité** ! Parlez-en à votre agent ou contactez notre service clientèle au tél. 47 61-1.

Découvrez les avantages de votre espace client



lalux for you

sur www.lalux.lu

lalux - meng Versicherung



01.



02.



03.

01. Pas moins de trois wagons nécessaires pour transporter chaque poutrelle de 60 m.

02. La tour Hearst, construite en 2006 à New York avec de l'acier produit au Luxembourg.

03. Alex Nick, head of country Luxembourg.

ARCELORMITTAL

UN AVENIR POUR L'ACIER AU LUXEMBOURG ?

ArcelorMittal Luxembourg produit 2,1 millions de tonnes d'acier par an, avec 4.559 collaborateurs de 53 nationalités, répartis sur 15 sites, dont le siège social mondial à Luxembourg-ville et un centre de recherche comptant 31 ingénieurs à Esch-sur-Alzette.

Texte : Catherine Moisy

Photos : ArcelorMittal, Chuck Choi - architect Foster&Partners

Au-delà des chiffres, Alex Nick, head of country management, est revenu sur les faits saillants de 2014 et les perspectives 2015 lors de ses vœux à la presse, le 19 janvier 2015.

En 2014, l'acier produit au Luxembourg a été utilisé pour la construction de plusieurs bâtiments de prestige, dont le One World Trade Center à New York. Des aciers innovants, appréciés des constructeurs automobiles pour leur légèreté, sont sortis des usines de Dudelange. 14 poutrelles d'acier d'une longueur

exceptionnelle (60 m) ont été produites à Differdange pour la construction d'un pont ferroviaire à Dresde. L'atelier de parachèvement de Differdange a enregistré une commande record de 8.000 tonnes d'acier pour un projet de construction d'infrastructure routière à Montpellier. La tréfilerie de Bissen a augmenté sa production de 10 % ; elle enregistre de belles perspectives de développement grâce à son produit phare, le fil de vigne.

Dans le domaine des relations entreprise / monde édu-

catif, le partenariat noué avec l'Université du Luxembourg pour une chaire dédiée à la construction de façades en acier a été reconduit. L'engagement d'ArcelorMittal en faveur de l'apprentissage a été réaffirmé avec 30 jeunes accueillis à Esch-sur-Alzette pour un cursus de trois ans. Une exposition pédagogique permanente a été élaborée dans les locaux d'Esch-sur-Alzette pour faire découvrir l'histoire et les applications de la sidérurgie à un public scolaire.

L'année 2014, enfin, a vu la vente de la filiale CircuitFoil (production de feuilles de cuivre) au groupe coréen Doosan et la vente du siège historique de l'avenue de la Liberté au groupe BCEE.

Pour 2015, ArcelorMittal Luxembourg annonce d'importants investissements sur les sites de Belval (modernisation du train 2 pour produire des palplanches plus larges) et de Rodange (nouvel outil de production de rails de tramway). Une intensification du partenariat avec les CFL est prévue pour augmenter encore la part du rail, aussi bien pour l'acheminement des matières premières que pour les livraisons, avec à la clé des émissions de CO₂ en baisse. Enfin, une reprise progressive des embauches est annoncée, concernant essentiellement des postes d'experts en maintenance.

ArcelorMittal identifie deux défis majeurs pour les années à venir. Une surcapacité de production en Europe par rapport à une demande qui peine à retrouver son niveau d'avant-crise, tirée vers le bas par une croissance très modérée dans l'Eurozone ; et la problématique très vive des coûts liés aux quotas de CO₂, qui menace la viabilité de la production d'acier en Europe et qui devra trouver des solutions au niveau européen, voire mondial. ●



**PRODUIRE PLUS
PRODUIRE MIEUX
PRODUIRE PLUS VITE
PRODUIRE EN PERMANENCE**

Optimisez vos déplacements avec 
et choisissez une solution métier complète,
adaptée à votre manière de travailler !



TÉLÉPHONIE

IP, CLOUD PBX

HARDWARE ET SOFTWARE

EXPERTISE, AUDIT

INTERNET SOLUTION

HEBERGEMENT, ANTIVIRUS, EMAIL,
NOM DE DOMAINE

CLOUD COMPUTING
VIRTUALISATION
EXCHANGE CLOUD



SÉCURITÉ
BACKUP À DISTANCE
BUSINESS CONTINUITY
DATACENTER

MAINTENANCE
OUTSOURCING
INSTALLATION

ANALYSE ET DÉVELOPPEMENT

APPLICATIONS, SITE WEB



CBC Informatique S.A.

9, zone Op Zaemer L-4959 Bascharage tel. +352 40 06 30-1 • FAX +352 40 06 34 • cbc@cbc.lu 

www.cbc.lu



01.



02.



03.

À LA FERME

...TOUT EST BON DANS LE COCHON!

Lauréate du troisième Business Woman of the Year 2009, Marianne Pesch a inauguré récemment une petite boutique attenante à son exploitation. Une ouverture rendue possible grâce à ce prix promouvant, entre autres, le rôle des femmes dirigeantes dans l'économie luxembourgeoise.

Texte : Corinne Briault - Photos : Pierre Guersing

La somme remportée à l'issue du concours (initié par la Bil en 2006 et soutenu, entre autres, par la Chambre de Commerce) récompensant les femmes dirigeantes contribuant au développement d'une entreprise implantée au Grand-Duché devait lui permettre de concrétiser un projet qui lui tenait vraiment à cœur : un petit centre d'abattage au sein de l'exploitation porcine pour valoriser les produits de la ferme et les vendre directement au con-

sommateur. C'est désormais chose faite. Depuis le début de cette année, Marianne Pesch accueille les clients dans un petit local jouxtant sa nouvelle exploitation plantée au beau milieu des champs, près de Crauthem. « Cette petite boutique nous permet de valoriser la viande luxembourgeoise et de vendre des produits traditionnels, explique Marianne Pesch. Les clients qui viennent à la boutique sont à la recherche de fait maison, d'authentique. Nous leur propo-

- 01.** La boutique récemment ouverte propose ses cochonnailles faites maison.
02. Marianne Pesch a récemment inauguré sa petite boutique jouxtant sa nouvelle exploitation.
03. Pâtés, Mettwürst, viandes fumées, jambons, tout est fabriqué de façon traditionnelle.

sons toutes les sortes de pâtés, de la Mettwürst traditionnelle, du boudin, du petit salé, de la Jelli, du jambon fumé, des saucissons, de la viande fumée... », et sur commande de la viande de porc, de bœuf, de veau.

Le trophée et le prix récompensant le travail de Marianne Pesch l'ont non seulement aidée à réaliser un projet élaboré et planifié avec son mari décédé en 2008 et qu'elle a décidé de ne pas abandonner malgré de nombreux obstacles « mais il a été une formidable opportunité pour moi d'évoquer la situation des agricultrices qui travaillent aux côtés de leurs maris. Je me bats pour que les femmes puissent obtenir le statut de co-exploitante et le bénéfice de cette reconnaissance ».

Aujourd'hui, l'exploitation compte 120 truies, 1.000 places d'engraissement et 20 vaches limousines que Marianne Pesch gère avec l'un de ses fils. « Dans la boutique, nous essayons également de soutenir d'autres agriculteurs. C'est pour cette raison que nous avons aussi à la vente des échalotes, du miel et des pommes de terre. » Prochain projet de cette entrepreneuse avisée ? « Pourquoi ne pas faire les marchés pour vendre nos produits maison ? » Boutique An Hueff, Famille Pesch, 2-4 impasse Wäissebësch, Crauthem. Ouvert le samedi. ●



**Vous avez besoin ou envie d'améliorer
vos connaissances dans une
ou plusieurs langues étrangères ?
Ayez le réflexe Prolingua !**



Avec près de 80 formateurs et collaborateurs expérimentés, Prolingua vous propose les solutions de formations qui correspondent à votre besoin.

Qu'il s'agisse de découverte ou de mise à niveau, de langue générale ou de spécialité ou encore d'un besoin sur objectif spécifique, Prolingua privilégie la proximité, l'échange et l'efficacité.

prolingua

prolingua Language Centre
Villa Lotti - 45a, avenue Monterey
L-2163 Luxembourg-Centre
Tél.: +352 40 39 91-0
www.prolingua.lu

BRÈVES



PARUTION

L'État du Grand-Duché de Luxembourg

L'ouvrage (Promoculture-Larcier), fruit de la collaboration entre Marc Feyereisen et Brigitte Louise Pochon, présente les mécanismes constitutionnels du pays, enrichis d'une approche historique, d'une analyse des évolutions et d'un éclairage européen.

INDUSTRIE

Peintures Robin reprend Steinbach

Deux producteurs de renommée affichant le label « Made in Luxembourg » ont décidé de continuer leur chemin ensemble. Depuis le mois de janvier 2015, les activités de Couleurs Steinbach SA sont reprises par Peintures Robin SA sur le site de Leudelange. La production Steinbach est intégrée au site de Robin à Useldange.

TLPO

Un « public cloud » 100 % luxembourgeois

Telecom Luxembourg Private Operator (TLPO) a lancé une plateforme permettant l'hébergement et le déploiement de ressources web. Luxembourg Web Services (LWS) accompagne les développeurs, les entrepreneurs, les associations et le service public dans leurs projets web via la mise à disposition d'une infrastructure cloud professionnelle, instantanée et évolutive.

EXPANSION

LUXAVIATION GROUP ACQUIERT MASTERJET

Luxaviation, le groupe d'aviation d'affaires luxembourgeois, confirme sa position de leader européen de l'aviation d'affaires avec l'acquisition de l'opérateur Masterjet, dont le siège principal se trouve à Lisbonne.

Photo : Luxaviation

Avec ses 44 collaborateurs à Paris et une équipe de 13 experts de l'aviation à Lisbonne, Masterjet dispose d'une flotte de huit avions d'affaires du type Falcon et Learjet, ainsi que d'un Airbus A320 qui fait partie des avions gros-porteurs, principalement utilisé pour le transport de personnalités. Masterjet intègre Luxaviation Group mais continue d'être géré par ses décideurs actuels Edward Queffelec, président de Masterjet, et Karol Gueremy, directrice générale. Masterjet, dont le siège principal se trouve à Lisbonne et qui détient un AOC portugais, opère sur des avions d'affaires principalement à partir de Paris - Le Bourget. Grâce à l'acquisition de Masterjet, le groupe Luxaviation compte désormais sur l'expérience et le savoir-faire de 520 employés actifs



(De g. à dr.): Edward Queffelec, président Masterjet; Patrick Hansen, co-CEO Luxaviation Group; Karol Gueremy, directrice générale Masterjet et Philip Queffelec, fondateur de Masterjet.

après de ses six opérateurs locaux : Luxaviation (Luxembourg), Luxaviation Germany (Allemagne), Abelag (Belgique), Unijet (France), LEA (Royaume-Uni) et Masterjet (Portugal). Le groupe Luxaviation est aussi actif sur les marchés asiatiques, notamment à travers son bureau commercial à Singapour. Par ailleurs, fin décembre, Luxaviation Holding Company SA a lancé des obligations à hauteur de 20 millions d'euros à échéance de cinq ans. C'est la deuxième fois que Luxaviation émet des obligations cotées à la Bourse de Luxembourg. ●

**POST LUXEMBOURG Smart PostCard, une première au Luxembourg**

La nouvelle app de Post Luxembourg - Smart PostCard - permet désormais à chacun de créer, en quelques clics, des cartes postales personnalisées avec les photos de son smartphone ou de sa tablette. Une carte créée avant 14 h est expédiée par

Post Luxembourg, le jour même, vers n'importe quelle destination dans le monde. La photo, carte de vacances, carte de vœux, remerciements ou invitation, est imprimée au Luxembourg, sur du papier glacé, en format carte postale et postée avec un vrai timbre. Smart PostCard est disponible sur l'App Store d'Apple et sur Google Play pour Android. ●

IMMOTOP.LU

Partenariat reconduit

En 2011, Immotop.lu avait remporté un appel d'offres du ministère du Logement souhaitant procéder à des échanges d'informations afin de faire profiter l'Observatoire du logement et le Centre de recherche Ceps/Instead des milliers de données recueillies tout au long de l'année sur le portail. Le ministère du Logement vient de renouveler pour trois ans ce partenariat. Regroupant plus de 300 partenaires répartis sur l'ensemble du territoire, Immotop.lu offre ainsi une couverture géographique complète et une base de données fine et précise. Cette dernière, exploitée par les spécialistes de l'Observatoire de l'habitat, permet de suivre les évolutions du marché de l'immobilier luxembourgeois. ●

MEET IN LUXEMBOURG

ENJOY BREATHTAKING MEETING
FACILITIES AND TAKE YOUR EVENT
TO A NEW LEVEL OF EXCELLENCE!

luxembourg
convention bureau



Museum Luxembourg – Musée d'Art Moderne Grand-Duc Jean
J. M. Pei Architect Design
Photo by Carlo Hommel



www.lcb.lu

Meet us at:



Your partner on site
Luxembourg Convention Bureau
Tel.: (+352) 22 75 65
convention.bureau@lcto.lu

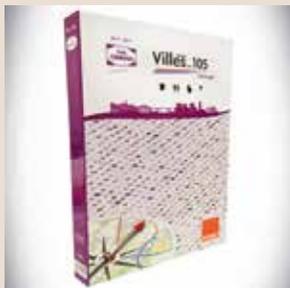
BRÈVES



LEASEPLAN

BMW i8 en leasing au Luxembourg

La BMW i8 complète le parc de véhicules électriques de LeasePlan. Première voiture de sport hybride rechargeable, elle offre de bonnes performances (362 cv/0-100 km/h en 4,2s) et affiche les valeurs de consommation et d'émission d'une citadine (2l/100 km). La conduite purement électrique est possible jusqu'à 120 km/h avec une autonomie de 37 km.



LIMAX

Guide communal

La 2^e édition du Guide communal 2015-2017 comporte d'innombrables informations sur les communes et leurs points et lieux d'intérêts. Les points d'intérêts sont classés par catégorie et un code couleur, et sont numérotés, afin de pouvoir les géolocaliser sur les cartes communales.

**ONT
Les brochures 2015 sont disponibles**

L'Office national du tourisme a publié une nouvelle série de brochures pour 2015. Un visuel unique par couverture évoque le contenu de chaque édition. Ces six parutions permettent d'avoir une vue d'ensemble sur l'offre touristique du pays, les offres de loisirs, sportives ou shopping, les sites historiques, les destinations plus particulièrement destinées aux familles,



les campings et autres parcours pour randonneurs et cyclotouristes. Pour chaque thème décliné, de nombreuses nouveautés viennent enrichir une offre touristique déjà bien fournie. Les brochures (parfois en format poche) sont richement illustrées et sur certaines, des pictogrammes complètent les informations et les cartes. Elles sont toutes disponibles en langues française, allemande, anglaise ou néerlandaise à l'ONT ou en format PDF sur www.visitluxembourg.com. ●

APATEQ

5,8 millions de fonds levés

Financée depuis sa création en 2013 par des investisseurs privés, Apateq développe des technologies dans le domaine de la séparation pétrole-eau et le traitement des eaux usées. Afin de poursuivre son développement, la société a initié une levée de fonds auprès d'investisseurs institutionnels, qui se voit soldée par un financement capitalistique de 5,8 millions d'euros, mené par Mosmart International, basée au Luxembourg. Mosmart International a développé et breveté des solutions écologiques qui permettent un traitement rapide et sûr site des eaux usées et des gaz résiduels. Apateq prévoit d'établir, mi-2015, une filiale en Amérique du Nord, afin de commercialiser son système conteneurisé « sur site » de séparation pétrole-eau. ●

TOTAL ET YAPITAL

FAIRE LE PLEIN AVEC SON SMARTPHONE

La première solution européenne de paiement multicanal et Total concluent un contrat de coopération pour le déploiement sur l'ensemble des stations-service Total en Allemagne du paiement via smartphone.

Dès cet été 2015, Total et Yapital offriront aux clients le paiement avec leur smartphone dans plus de 1.100 stations Total en Allemagne. Avec l'application Yapital, le paiement sera rapide, simple et sécurisé. Que ce soit pour faire le plein de sa voiture ou pour faire un achat d'urgence en dehors des heures d'ouverture, Total accueille quotidiennement plus de 650.000 clients en Allemagne. Comme l'application Yapital communique avec le terminal de caisse de Total, il suffira au client de scanner un code QR sur l'écran du terminal et de confirmer le montant. Le paiement mobile avec Yapital fonctionne indépendamment du système d'exploitation mobile. Pour un



contrôle des coûts en toute facilité, toutes les transactions sont répertoriées en temps réel et en toute transparence dans l'application Yapital.

Yapital est la première solution européenne de paiement multicanal par virement adaptée à tous les canaux : en magasin, sur mobiles, en ligne et par facture. Elle peut être utilisée en toute sécurité. Après s'être inscrit en ligne, l'utilisateur peut immédiatement effectuer des paiements, envoyer et recevoir de l'argent. Yapital a été fondée en 2011 comme filiale à part entière du groupe Otto. Yapital Financial AG est enregistrée au Luxembourg en tant qu'établissement de monnaie électronique. ●

RÉCOMPENSE

LA TABLE DE FRANK ENTRE DANS LE GAULT & MILLAU

L'illustre guide gastronomique Gault & Millau, une référence pour bon nombre de fins gourmets et de restaurateurs, vient d'inscrire La Table de Frank dans sa nouvelle édition 2015.



Située à Steinfort, dans le canton de Capellen, près de la frontière belge, La Table de Frank vient de se voir décerner la note plus qu'honorable de 13/20 par le célèbre guide gastronomique. La devanture de l'établissement pourra désormais arborer la plaque de métal Gault & Millau offerte aux lauréats. En attendant cette légitimation matérielle en cours de production, le chef David Geffe et tout son staff sont ravis d'avoir été couronnés de cette première Toque, une consécration qui témoigne du fait que leur travail de créativité, leur recherche d'excellence et leurs choix de produits aux qualités irréprochables s'orientent dans le bon sens. Une belle récompense pour ce res-

taurant ouvert à l'automne 2011 et qui a su très vite gagner en reconnaissance. L'endroit, raffiné et chaleureux, propose en effet une cuisine gourmande et vraie, privilégiant le terroir et le local, avec une carte qui fait la part belle aux amateurs de belle viande sélectionnée, comme la côte à l'os, le filet ou l'entrecôte de bœuf luxembourgeois. La Table de Frank dispose également d'une remarquable carte des vins – de très belles caves vitrées permettent d'ailleurs au visiteur d'apprécier les grands crus sélectionnés – et offre une partie Fine Food qui peut être vue comme une véritable petite épicerie.

www.latabledefrank.lu ●

BRÈVES



SODEXO LUXEMBOURG

Les établissements seniors en ligne

Pour mieux répondre aux attentes de ses clients, des futurs résidents et de leurs familles, Sodexo met en ligne un tout nouveau portail présentant l'ensemble des structures d'accueil qu'elle gère au Luxembourg. Pour les seniors résidant toujours à domicile, des solutions de livraison de repas sont également proposées. www.sodexoseniors.lu



LUXAIR Commande ferme de trois bombardiers

Luxair Group a signé une commande ferme auprès de Bombardier Commercial Aircraft pour l'achat de trois avions turbopropulseurs Q400 NextGen, avec une option sur l'acquisition de deux Q400 NextGen supplémentaires. La commande s'élèverait à environ 100,3 millions de dollars US. La signature de cette commande constitue la première

mise en œuvre de la stratégie de renouvellement de la flotte de Luxair pour l'horizon 2020. « L'ajout de Q400 supplémentaires, avec son excellente performance environnementale et le confort qu'il offre aux passagers, est pour nous une solution idéale à un moment où nous lançons de nouvelles lignes régionales et augmentons nos fréquences de vol », précise Adrien Ney, directeur général de Luxair Group. ●

GOODYEAR LUXEMBOURG Meilleur employeur 2015

Pour la troisième fois consécutive, Goodyear Luxembourg a été reconnu parmi les « meilleurs employeurs » par l'institut renommé Top Employers. L'institut Top Employers décerne le certificat du Top Employer aux organisations participantes qui démontrent « les normes les plus élevées » au niveau de ce qu'elles offrent à leur personnel. Goodyear Dunlop Europe, le siège européen du groupe, a également reçu la prestigieuse certification, ainsi que huit autres pays d'Europe : la Belgique, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-Bas, la Pologne, la Slovaquie, l'Espagne et le Royaume-Uni. Pour la première fois aussi, les organisations de Goodyear en Turquie, en Afrique du Sud et aux Émirats arabes unis ont été certifiées Meilleurs employeurs. ●



BGL BNP PARIBAS

Chèques-cadeaux gagnés!

Dans le cadre de son offre Premium Benefits, BGL BNP Paribas a organisé un jeu-concours entre le 19 novembre et le 31 décembre 2014. Lors d'une cérémonie organisée en février dernier au siège de la banque, les gagnants du jeu-concours se sont vu remettre chacun un séjour dans un domaine Center Parcs sous la forme de chèques-cadeaux d'une valeur totale de 3.000 euros.

BRÈVES



CHAMBRE DE COMMERCE **Une nouvelle directrice...**

Anne-Sophie Theissen a été promue directrice Avis et affaires juridiques. Elle apporte un conseil juridique à la Chambre de Commerce et aux entreprises luxembourgeoises, supervise la rédaction des avis sur les projets de lois et règlements gouvernementaux et représente la chambre professionnelle et ses entreprises affiliées dans différentes commissions et groupes de travail.



ILEA **... et un nouveau président**

Le conseil d'administration de l'ILEA (Industrie luxembourgeoise des équipementiers de l'automobile) a élu à sa présidence Camille Feyder, Research & Innovation Technologist chez Delphi Automotive Systems Luxembourg SA.



LUXINNOVATION / FNR / UNI / DELOITTE

MIND & MARKET ARRIVE AU LUXEMBOURG

Née en Belgique en 2009, l'initiative Mind & Market vise à fédérer le monde de la recherche et celui des entreprises autour de l'innovation au sens large (produits, procédés, services...) dans tous les secteurs d'activité.

Mind & Market Luxembourg a vu le jour le 5 février sous le parrainage de trois structures publiques, Luxinnovation, l'Université du Luxembourg et le Fonds national de la recherche et d'un sponsor privé, le cabinet Deloitte. Comme sa grande sœur belge, la structure luxembourgeoise aura pour mission la confrontation de l'innovation avec le marché et, très concrètement, la mise en relation entre porteurs de projet afin de constituer des équipes solides au Luxembourg et dans la Grande Région.

Ces objectifs seront notamment atteints par l'organisation d'un forum annuel qui verra se réunir entrepreneurs, experts, coaches, entreprises et organismes de soutien, dont les différentes compétences et expériences pourront servir de catalyseur

à la concrétisation d'idées et au développement de projets.

Le 24 mars, le concept Mind & Market Luxembourg sera présenté officiellement aux professionnels et universitaires au Mudam. À cette occasion, Deloitte dévoilera les résultats de son enquête sur l'innovation au sein des entreprises luxembourgeoises.

Le 30 juin, le premier Forum Mind & Market se tiendra à la Maison du savoir à Belval. Conférences, tables rondes et pitchs de porteurs de projets seront organisés pour un public composé de spécialistes et d'experts en marketing, finance, ressources humaines, communication, design de services ou de produits.

Tous les passionnés d'innovation sont invités à rejoindre Mind & Market Luxembourg sur www.mindandmarket.lu. ●



FEMALE BOARD POOL **Plus de femmes dans la prise de décision**

Lydia Mutsch, ministre de l'Égalité des chances, a rencontré le professeur Martin Hilb, de l'université suisse de Saint-Gall, expert international et initiateur du Female Board Pool, en présence de Rita Knott, qui gère la plateforme FBP au Luxembourg, du docteur Antonella Calvia-Götz, qui siège au conseil d'administration du groupe Foyer, et de Marie-Hélène Trouilleux, conseillère à la Chambre de Commerce. La rencontre a été suivie par la 6^e édition du Female Board Pool Seminar, avec la participation de nombreuses femmes pouvant faire valoir des compétences diverses. ●

NATION BRANDING

QUELLE IMAGE POUR LE LUXEMBOURG ?

La perception du Luxembourg à l'étranger étant parfois confuse, voire inexistante, le gouvernement entend donner à travers une stratégie nation branding une image de marque forte et attrayante du Grand-Duché. Pendant la première phase dite d'« étude » de cette stratégie, un sondage a été réalisé fin 2014 afin de déterminer auprès de la population résidente et des frontaliers les forces ressenties du Grand-Duché et définir une image de marque qui se veut authentique, cohérente et propre au Luxembourg. Présentée en janvier dernier, l'étude a révélé que le multilinguisme, la nature, le multiculturalisme, la propreté ainsi que l'environnement propice et sécurisant constituent les forces du pays. Jean Asselborn, ministre des Affaires étrangères et européennes, et Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie, ont lancé la deuxième phase dite « participative » et invité les personnes intéressées à se rendre



Jean Asselborn et Francine Closener invitent à participer à la recherche d'une image de marque du Luxembourg.

sur www.nationbranding.lu. Présenté en quatre langues, le site permet de partager ses idées, avis, perceptions ou images et de discuter en ligne. La phase participative sera suivie d'une phase de réflexion, pendant laquelle les éléments seront regroupés, analysés et mis en relation afin de pouvoir en distiller les éléments clés nécessaires pour définir l'image de marque du pays. Les premiers résultats seront disponibles au printemps 2015 et intégrés dans la communication à l'occasion de la Présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union européenne. ●

BRÈVES



CANADA

80 companies participated in a business seminar

The Chamber of Commerce organised a country seminar on business opportunities in Canada. 80 company representatives participated in this information session and the Chamber of Commerce announced its economic mission that is being organised from March 16 to 18 in Montreal in the framework of the Americana trade fair.

IMD

Compétitivité internationale : enquête

L'International Institute for Management Development (IMD) a lancé son enquête annuelle sur la compétitivité internationale intitulée *The World Competitiveness Yearbook 2015*. Cet annuaire de la compétitivité contient des statistiques internationales comparatives et des indicateurs de compétitivité des économies. L'équipe des Affaires économiques de la Chambre de Commerce en coordonne les travaux. Un questionnaire a été adressé à un échantillon d'environ 500 entreprises implantées au Luxembourg. La Chambre de Commerce présentera au printemps les principaux résultats de l'enquête au niveau national.



DESIGN LUXEMBOURG Lancement des Design Awards

Design Luxembourg, pour ses 20 ans, lance les Design Awards avec l'idée de valoriser toute une profession, de montrer la dynamique économique de ce secteur et d'en montrer les différentes facettes, notamment le design visuel, moins connu que le design d'objets. Les Design Awards récompenseront 11 catégories de création parmi lesquelles on retrouve le product design, mais également

le design de l'information (signalétique...), le design corporate (identité visuelle, logos...), le design éditorial (presse, publications...) ou encore la photo, l'illustration, le packaging... À cela s'ajoutera un prix spécial « Juniors talents » s'adressant aux étudiants.

Le jury international, composé de sept personnalités du monde du design, rendra son verdict lors d'une cérémonie, le 11 juin à Neimënster. ●

Renseignements et inscriptions

(jusqu'au 31 mars)
sur www.designawards.lu

CONFÉDÉRATION LUXEMBOURGEOISE DU COMMERCE Nation branding, commerce compris

Dans le contexte de l'étude de l'image du pays, la clc rappelle dans un communiqué l'existence d'une forme de nation branding depuis 2007, avec la communauté Shopping in Luxembourg, Good Idea. Si le nation branding repose sur des perceptions communes, « les mesures d'économie ne doivent pas impacter la promotion tangible du pays », souligne la clc. « Les investissements dans la promotion du commerce du pays sont indispensables, car directement liés à l'image du pays ; vouloir les réduire ou les supprimer à courte échéance est irresponsable, voire parfaitement insensé ! », ajoute la clc, qui émet le vœu de ne pas voir disparaître sa marque au profit d'une nouvelle stratégie. ●

BRÈVES



LSC – HR ONE
**Best Learning
 & Development
 Solutions**

La LSC, l'organisme de formation de la Chambre de Commerce, s'est vu attribuer pour la quatrième année consécutive le prix Best Learning & Development Solutions lors du Gala HR One qui s'est tenu au nouveau centre de conférences Kirchberg.

LSC
**411 tuteurs
 en entreprise certifiés**

411 tuteurs se sont vu remettre leur certificat en présence de Michel Lanners du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse. Depuis son lancement en mai 2010, la formation a atteint les 3.000 inscriptions. www.lsc.lu/tuteurs

INFPC
**lifelong-learning.lu:
 jetzt auch auf Deutsch**

Das Portal des lebenslangen Lernens gibt es nun auch auf Deutsch. Dort werden sämtliche den Unternehmen und Arbeitnehmern zur Verfügung stehenden Beihilfen im Bereich der Weiterbildung vorgestellt sowie Informationen zu den Diplomen, die mittels der Weiterbildung erworben werden können.



BUSINESSMENTORING

14 NOUVEAUX ENTREPRENEURS ACCOMPAGNÉS

C'est dans le cadre de la traditionnelle cérémonie publique qu'a eu lieu le lancement officiel de la saison 5 du programme BusinessMentoring, saison au cours de laquelle 14 nouveaux entrepreneurs auront l'opportunité d'évoluer aux côtés d'un mentor aguerri du réseau.

Photo : Emmanuel Claude / FOCALIZE

Parrainée par le talentueux et inspirant entrepreneur David Schrieberg, cette 5^e édition a rassemblé les entrepreneurs nouvellement sélectionnés et les mentors du Réseau, ainsi que des acteurs majeurs du mentorat pour entrepreneurs à l'international, notamment la Fondation de l'entrepreneurship et son Réseau M, le Mouvement pour les jeunes et les étudiants entrepreneurs (Moovjee), ainsi que l'Institut du mentorat entrepreneurial (IME France).

Pour l'occasion, le Business Support GIE – groupement porteur de l'initiative BusinessMentoring – était fier d'accueillir M. Alain Aubut, CEO de la Fondation de l'entrepreneurship Québec, qui a remis des distinctions honorifiques aux mentors bénévoles du Réseau luxembourgeois ayant accompagné un ou plusieurs entrepreneurs depuis le lancement du programme.

La venue de M. Alain Aubut coïncide également avec l'adhésion du BusinessMentoring au Réseau M, une communauté d'intérêts internationale « par et pour » les entrepreneurs, qui se mobilise pour offrir un service d'accompagnement de haut calibre destiné à tous les entrepreneurs qui le désirent, peu importe le secteur

d'activité économique et le stade de croissance de leur entreprise... Le but du mentorat étant ici de permettre au dirigeant (le mentoré) de bénéficier de la sagesse et des connaissances, soit du savoir-être, d'un entrepreneur d'expérience (le mentor).

Les visages de la promotion 2014 ont également été dévoilés au cours de cette soirée, marquée par les témoignages percutants des binômes qui se sont illustrés au cours de la 3^e saison du programme (maintenant clôturée).

L'initiative BusinessMentoring – lancée en 2010 avec le soutien du gouvernement et de la Chambre de Commerce – a déjà permis d'accompagner vers le succès une cinquantaine de dirigeants de PME issus de l'écosystème entrepreneurial local. 95 % de ces entreprises sont encore en activité et affichent un chiffre d'affaires en hausse de 41 % en moyenne. Par ailleurs, 47 nouveaux postes ont été créés au sein de ces mêmes entreprises, sur la période 2010-2014. ●

L'information continue

En images et en vidéo sur www.businessmentoring.lu



OUTSOURCING
INFORMATIQUE

VOUS ÊTES UN CHEF D'ENTREPRISE VISIONNAIRE

Avec Vision IT Group, vous choisissez un prestataire informatique qui s'engage pour votre business.

Au Luxembourg, Vision IT Group PSF offre des solutions d'OUTSOURCING et d'infogérance de vos structures techniques parmi les plus sécurisées du marché qui vous garantissent à tout moment la disponibilité des infrastructures et de vos applications métiers. Débarrassez-vous de vos contraintes informatiques, réduisez vos coûts et concentrez-vous sur ce qui compte vraiment, le cœur de votre business.

Découvrez nos solutions et services sur notre nouveau site web visionitgroup.lu

- ▶ Services HelpDesk L1, L2 et L3
- ▶ Gestion des infrastructures
- ▶ Monitoring et supervision
- ▶ Cloud PSF et virtualisation
- ▶ Applications métiers
- ▶ Développement « .Net/Java/iOS »

Contactez-nous au 26 44 36 99 ou via mail à l'adresse sales@visionitgroup.lu



BRÈVES


ILNAS
Catalogue de formation continue 2015

L'Inas propose des modules de sensibilisation à la normalisation mais aussi des formations plus détaillées permettant de saisir les enjeux de la normalisation tout en développant ses compétences.

MYENERGY
Cherche maisons modèles

À l'issue du salon myenergy days (20 - 22 mars 2015, Luxexpo), des visites de maisons anciennes rénovées ou en cours de rénovation énergétique seront organisées les samedis 28 mars et 4 avril. Les propriétaires souhaitant participer à cette action en ouvrant les portes de leur maison peuvent contacter myenergy au 40 66 58 ou: myenergydays@myenergy.lu

AMCHAM LUXEMBOURG
New Education Committee

A gathering of senior representatives from schools in Luxembourg which use English as the language of instruction. The participants of the meeting agreed to establish themselves as an education Committee within AMCHAM with the objectives of partnering and cooperating to expand and improve the quantity and quality of adult life long learning activities taught in English and for the education of English speaking children.


MARKCOM
Créer de la créativité

Le 16 janvier, la MarkCom (association des agences conseil en marketing et communication) organisait son premier Creativity Camp, l'occasion pour les agences du pays de démontrer leur savoir-faire et leur créativité et de mettre en avant les nouveaux métiers de la communication. Celle-ci étant devenue multicanale, de plus en plus de spécialistes du digital

et des réseaux sociaux ont en effet intégré les agences. Dans une ambiance « bon enfant », les équipes présentes ont planché toute la journée. L'initiative a également donné l'opportunité à une classe BTS des Écritures appliquées aux médias du Lycée classique de Diekirch de se joindre aux professionnels et d'apprendre le métier. À l'issue de la journée, le public a désigné un tiercé gagnant: Concept Factory, Binsfeld et Mikado. ●

FUSE
Séminaire Esprit d'entreprise

Les 6 et 7 février, la fondation Fuse organisait son 15^e séminaire sur le thème Mon projet de création d'entreprise. Des spécialistes en création d'entreprise ont répondu à des questions variées: Quels sont les prérequis nécessaires à la création d'entreprise? Comment identifier mon marché et ma cible? Comment établir un plan d'affaires? Quels sont les aspects stratégiques, financiers et administratifs à prendre en compte?... La Chambre de Commerce est intervenue sur trois thèmes: le projet d'entreprise, le droit d'établissement et les financements publics et cautionnements. Retrouvez toutes les présentations sur: www.fuse.lu. ●

ECC
BUSINESS DAYS À L'ÉCOLE

L'École de commerce et de gestion (ECG) de Luxembourg, qui prépare des étudiants à trois BTS depuis bientôt 25 ans, organise régulièrement des Business Days pour favoriser la rencontre et les échanges entre les étudiants et le monde de l'entreprise.

La journée du 29 janvier était consacrée aux métiers de la comptabilité et de la fiscalité et celle du 27 février aux métiers du web et du marketing. À chaque journée, le même principe: des professionnels viennent présenter leur métier et leur entreprise et certains anciens de l'école, ayant intégré la vie active, complètent ces témoignages. De quoi donner un aperçu très concret aux jeunes de l'école sur ce qu'ils peuvent attendre du monde du travail. La prochaine session aura lieu le 2 avril autour des métiers des ressources humaines. Le 2 avril sera aussi l'occasion de célébrer les 25 ans de la branche BTS de l'école qui propose par ailleurs l'enseignement secondaire technique dans le domaine du commerce et de l'administration. Depuis 1990, l'établissement prépare des étudiants à trois BTS: le BTS Assistant



de direction, le BTS Gestionnaire comptable et fiscal et le BTS Gestionnaire en commerce et marketing. L'ECG compte 700 élèves, dont 180 étudiants en BTS, en provenance de la Grande Région. Ils sont encadrés par une quarantaine de professeurs.

Une étude réalisée début 2014 auprès des diplômés des promotions 2009 à 2013 démontre l'utilité des 17 semaines de stages effectuées au cours des cursus. Les étudiants interrogés estiment que ces stages leur ouvrent des portes sur le marché du travail. 53% des élèves interrogés ont poursuivi leurs études après l'obtention de leur BTS. 92,2% des diplômés interrogés ont trouvé un emploi, la plupart en moins de deux mois. Plus de 90% des contrats de travail signés sont des CDI à temps plein. ●

SUPERDRECKSKËSCHT POUR UNE GESTION EFFICACE DES DÉCHETS

L'analyse des déchets résiduels issus des ménages montre qu'il reste beaucoup à faire. Les résultats de l'analyse représentative des déchets résiduels, réalisée l'année passée, sont positifs, mais il faut poursuivre les efforts. Nous devons « acheter malin », c'est-à-dire utiliser des produits écologiques et durables. Nous devons également « recycler » sciemment, procéder à la collecte sélective des matières valorisables et des produits problématiques de manière à récupérer un maximum de matières secondaires et d'énergie. Ce principe s'applique au citoyen et au secteur économique. L'analyse des déchets



résiduels permet aux responsables des communes, aux autorités et aux associations professionnelles et commerciales d'identifier les points faibles et de prendre les mesures qui s'imposent. La quantité de déchets résiduels est actuellement de 223,2 kg par an et par habitant, contre 245,6 kg en 2009. Cette régression est positive, mais certaines communes

à l'étranger tournent autour des 100 kg. La quantité de produits problématiques a baissé de 23,29 %, passant de 2,62 kg par an et habitant en 2009 à 2,01 kg en 2014. Quatre catégories de produits représentent environ 85 % des produits problématiques, à savoir les médicaments, les produits cosmétiques, les peintures / laques usagées et les aérosols. ●



CULTURAL ASSOCIATION OF AZERBAIJAN IN LUXEMBOURG Inauguration of the Karabagh Information Centre

The Cultural Association of Azerbaijan in Luxembourg has opened an information centre in Luxembourg supported by the Azerbaijan's embassy to Belgium and Luxembourg. The Karabagh Information Centre is located at 11A boulevard Joseph II. Among the

dignitaries who attended the event were the president of the association, Lea Linster, the vice president of Luxembourg's Chamber of Deputies, Laurent Mosar, Russia's ambassador to the Grand Duchy, Marc Entin, and the president of the Chamber of Commerce Luxembourg-Azerbaijan, Marc Hübsch. Around 50 people from Azerbaijan currently reside in the Grand Duchy. ●

BRÈVES



KALUGA

Business opportunities

The Chamber of Commerce organised a round table on business opportunities between Luxembourg and Kaluga in the fields of Automotive and Logistics on the occasion of the visit of Mr Alexei Laptev, First Deputy Governor of the Kaluga Region. Located at the borders of the Moscow Region, Kaluga tries to position itself as the key logistics center in the Central Federal District. Opportunities for cooperation were discussed with some 40 representatives.

LUXINNOVATION Luxembourg Cluster Forum : unir nos forces

« Ensemble, nous sommes plus forts » : un principe simple qui décrit en quelques mots le fondement et la raison d'être de la Luxembourg Cluster Initiative, qui agit en tant que « ciment » pour rassembler ses différents acteurs, mettre en commun les ressources et savoir-faire mais aussi stimuler les divers projets de recherche et d'innovation de ses membres. Un an jour pour jour après la première édition, les clusters ont fait le bilan de l'année écoulée et annoncé les perspectives pour 2015. À cette occasion, Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie, a rappelé les objectifs ambitieux pour les clusters : contribuer à la création de 3.000 nouveaux emplois et 300 nouvelles entreprises d'ici 2020. ●



CRP-SANTÉ

Premier prix international pour une chercheuse

Caroline Mouton, doctorante au Laboratoire de recherche en médecine du sport du Centre de recherche public de la santé (CRP-Santé), a été récompensée pour ses travaux de recherche sur la laxité du genou au Congrès annuel de la société française d'arthroscopie (SFA), au Luxembourg.

BRÈVES



FEDIB

Offrir plus que des boissons

La Fédération luxembourgeoise des distributeurs en boissons (Fedib), membre de la clc, s'est dotée d'une nouvelle identité visuelle et d'un site internet (www.boissons.lu) plus convivial comprenant, outre l'annuaire de tous les dépositaires, des promotions, des recettes de cocktails, des trucs et astuces pour réussir un événement ainsi que toutes les informations sur les dernières boissons tendances.



ULAV

Encore plus professionnels

Afin de proposer à la clientèle un service de qualité, pourvu des assurances et assistances nécessaires au bon déroulement des voyages, les agences de voyages du Luxembourg se sont dotées d'une nouvelle fédération: l'Ulav, l'Union luxembourgeoise des agences de voyages du Grand-Duché de Luxembourg (www.ulav.lu).



UNI-CAMPUS BELVAL

Une première résidence étudiante

Avec 77 chambres et 98 studios, Uni-Val I est la plus grande des 36 résidences étudiantes de l'Université et la première sur le campus de Belval. Inaugurée en décembre 2014, la résidence propose des logements équipés et meublés à des prix abordables (485 euros pour les chambres et 665 euros pour les studios). Le ministère du Logement a financé 50 % des frais d'aména-

gement de ces logements.

La bonne idée architecturale a été de créer de petites colocations au sein du bâtiment pour faire naître une atmosphère familiale. Chacune des 77 chambres avec salle de bain individuelle fait ainsi partie d'un appartement de six à sept personnes, comportant une cuisine et un espace à partager. Une salle de sport et une grande salle pour des événements et activités d'associations étudiantes ont également été prévues. ●

GIRLS IN TECH

Apprendre avec Amazon

Lancée en janvier 2014, Girls in Tech (GIT) Luxembourg a pour vocation d'encourager les femmes à faire carrière dans les nouvelles technologies. Dans ce cadre, GIT a noué un partenariat avec Amazon afin de proposer gratuitement une série d'ateliers de formation, animés par des salariés volontaires d'Amazon. Différents thèmes seront abordés tout au long de 2015: programmation, web design, gestion de bases de données, cloud computing... Les sessions, en anglais, sont accessibles à tous types de profils, y compris débutants. Prochaine session le 16 mars, de 18h15 à 20h sur le thème du langage HTML. Programme et inscription pour l'ensemble des sessions sur: luxembourg.girlsintech.org ●

ENVIRONNEMENT

ECOTREL FÊTE SES 10 ANS

En 10 ans, l'asbl Ecotrel a collecté plus de 35.000 tonnes de déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), soit 3,5 fois le poids de la tour Eiffel.

Photo: Ecotrel

En 2004, 43 producteurs et importateurs d'équipements électriques et électroniques luxembourgeois ont fondé l'asbl Ecotrel à l'initiative de la clc et de la Fédération des artisans. Sa mission consiste à organiser la collecte et le traitement des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), conformément aux règlements grand-ducaux des 18 janvier 2005 et 30 juillet 2013. Ce dernier a revu les quotas de collecte et de recyclage à la hausse, obligeant les producteurs à collecter les DEEE à hauteur de 45 % du poids des équipements qu'ils mettent sur le marché à partir de 2016 (65 % à partir de 2019). Avec 9,582 kg/hab. de DEEE collectés en 2013 (5.145 tonnes au total), Ecotrel se place dans le top 3 européen et atteint déjà quasiment les exigences réglementaires prévues pour 2016.

Après 10 années d'existence, Ecotrel compte 529 membres qui représentent plus de 95 % des



EEE mis sur le marché luxembourgeois, à savoir plus de 3.875.000 appareils ou encore plus de sept appareils par personne et par an.

Les activités d'Ecotrel sont financées par une cotisation de recyclage payée par le consommateur lors de l'achat des appareils concernés. Cette cotisation varie en fonction du matériel acheté: 8 cents TTC pour un téléphone portable ou une lampe LED; 1,15 euro pour un lave-linge ou encore 9,89 euros pour un réfrigérateur.

Ecotrel met des conteneurs de collecte à disposition des communes et, via l'action Super-DrecksKëscht et la société Lamesch, organise l'enlèvement des DEEE et leur recyclage dans les règles de l'art: après un démontage manuel des appareils électroménagers et des appareils informatiques, les différentes pièces sont envoyées dans des usines de traitement spécialisées. ●

CK. MORE THAN SOLUTIONS

Depuis 1946, CK est actif dans le domaine de la bureautique et travaille main dans la main avec les entreprises. Son expertise permet de rester à l'aise face aux défis de demain et à l'utilisation des technologies inhérentes à la diffusion, l'impression et la gestion de documents. Derrière chaque grande société se trouvent des hommes engagés.

CK offre plus que des solutions.

OFFICE PRINTING

PRODUCTION PRINTING

LARGE FORMAT / CONSOMMABLES

POSTPRINT

AUDIOVISUEL

SCANNING / SOLUTIONS

SPORT / FITNESS

IMAGE

G R O U P E
CK
CHARLES KIEFFER

2, rue Léon Laval Z.A. am Bann
L-3372 Leudelange
Tél. : 26 380-1
Fax : 26 380-380
info@ck-online.lu
www.ck-online.lu




KONICA MINOLTA

BRÈVES


CHAMBRE DE COMMERCE
Information
plus fréquente

La newsletter Merkur de la Chambre de Commerce est devenue hebdomadaire en janvier 2015. Elle propose chaque vendredi à ses 8.000 abonnés un résumé de la vie économique du Luxembourg au travers des actualités des entreprises et de la Chambre de Commerce, les dernières vidéos de Merkur TV, l'annonce d'événements et de formations ainsi que les derniers avis juridiques émis.

LUXINNOVATION

Secteur des composites

Plusieurs entreprises membres du Luxembourg Materials Cluster viennent de mandater une étude de faisabilité pour la création d'un Centre de compétences composites au Luxembourg pour accroître la visibilité de ce secteur à l'international.

 ARAB-BELGIAN-
 LUXEMBOURG CHAMBER
 OF COMMERCE

9^e forum économique

150 décideurs économiques et politiques du monde arabe, de Belgique et du Luxembourg se sont réunis pour la 9^e fois afin de discuter des perspectives de plusieurs secteurs : banques et finances, énergie et eau, logistique et infrastructures.


TECHNOPORT
Mètres carrés
supplémentaires à Foetz

Le nouveau bâtiment du Technoport a été inauguré à Foetz le 21 janvier 2015, ajoutant 1.000 m² de bureaux et 3.300 m² de halls industriels à la structure déjà existante à Belval. Les deux sites, dédiés à l'accueil et au soutien d'entreprises technologiques innovantes, totalisent désormais 16.000 m². La structure de Foetz

va permettre d'accueillir chaque année cinq entreprises supplémentaires pour répondre à une demande toujours croissante au Luxembourg. En 2014, le Technoport a enregistré 158 demandes d'hébergement, soit une hausse de 19,5 % par rapport à 2013, qui était déjà une année record. Plus de la moitié des projets soumis relève du domaine des technologies de l'information et de la communication. ●

CC / LFF

Mission au Brésil

Fin 2014, la Chambre de Commerce et Luxembourg for Finance ont organisé conjointement une mission économique multisectorielle à Sao Paulo et à Rio de Janeiro, occasion de présenter quelques aspects moins connus de la Place luxembourgeoise, notamment l'industrie des équipements automobiles, la logistique et l'ICT. En tant que marché émergent très dynamique, le Brésil a, à son tour, présenté ses atouts à la délégation luxembourgeoise composée de 70 décideurs économiques. Sur demande, le programme incluait des rencontres d'affaires organisées sur mesure par le partenaire Awex. La Chambre de Commerce a profité de cette mission économique pour identifier les structures locales d'assistance aux entreprises voulant entrer sur le marché brésilien. ●

ADEM / CHAMBRE DE COMMERCE / LSC

ATELIERS POUR
L'EMPLOI

Les « Ateliers carrière et projet professionnel » s'inscrivent dans le cadre de la « Garantie pour la jeunesse » proposée aux jeunes demandeurs d'emploi. L'objectif est de faciliter leur intégration dans la vie professionnelle.

Lancés fin septembre 2014, les « Ateliers carrière et projet professionnel » ont d'ores et déjà permis d'accompagner plus d'une vingtaine de jeunes dont les efforts ont été mis à l'honneur lors d'une cérémonie de remise de certificats le 8 décembre en présence de monsieur Nicolas Schmit, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire et de madame Isabelle Schlessler, directrice de l'Agence pour le développement de l'emploi (Adem).

Le premier bilan du projet révèle des résultats encourageants. Madame Isabelle Schlessler, après avoir remercié la Chambre de Commerce d'avoir mis sur pied ces ateliers, a souligné qu'ils ont permis d'accompagner 22 candidats : « Ces ateliers aident les jeunes à prendre conscience de



leur potentiel et les préparent concrètement à la recherche d'un emploi. » Ce constat d'efficacité est partagé par les jeunes ayant pu bénéficier du dispositif, comme, par exemple, Fidelino Damiano (à l'extrême gauche sur la photo), 23 ans, qui a trouvé un emploi suite à l'atelier : « L'atelier carrière et projet professionnel était un très bon atelier. On y a vu quels étaient nos points forts et nos défauts, puis comment rédiger un CV et une lettre de motivation et comment se comporter, se préparer et à quoi s'attendre lors d'un entretien. Ce que j'y ai appris, ce sont mes réactions, attitudes, comportements et manières dans un environnement professionnel. Suite à cet atelier, j'ai trouvé un emploi. Je suis conseiller commercial chez Post Telecom Luxembourg. » ●

Le Port de Mertert



Situé sur le territoire des communes de Mertert et de Grevenmacher sur la rive gauche de la Moselle, le Port de Mertert dispose d'une superficie totale de 65 hectares.

Les deux quais longeant la darse, sur lesquels sont installés 11 grues ponts roulants d'une force de levage de 11 à 124 tonnes, ont une longueur totale de 1.600 mètres. Les produits transbordés sont surtout les produits sidérurgiques à l'arrivée et au départ des usines d'Arcelor-Mittal installées au Luxembourg, les produits pétroliers, le charbon, les produits agricoles, les matériaux de construction, les éoliennes et les conteneurs.

Le Port de Mertert a su pendant toutes les années de son existence faire profiter l'économie luxembourgeoise de prix de transbordement compétitifs et d'un service irréprochable. Il a également su défendre les intérêts du transport fluvial dont les qualités n'ont plus besoin d'être vantées (respect de l'environnement, fiabilité, sécurité, etc.).

Le transport fluvial garantit un degré élevé de sécurité, en particulier pour le transport de marchandises dangereuses. Enfin, il contribue au délestage du réseau routier surchargé dans des zones à forte densité.

Devant la toile de fond de la situation stratégique idéale du Port de Mertert représentant un site luxembourgeois unique regroupant les trois modes de transport et permettant ainsi un transbordement entre fluvial, rail et route, la société du port avec le soutien du Ministère du Développement durable et des Infrastructures, ensemble avec ses manutentionnaires, déploie tous les moyens dont elle dispose pour assurer la pérennité du Port de Mertert.

„Le Port de Mertert est conçu pour répondre aux besoins du développement de l'économie luxembourgeoise. Les raccordements par voie fluviale, ferrée et par route contribuent à son insertion appropriée dans les réseaux de transport transeuropéens.“



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

UNTERNEHMENSGRUPPE
LUXPORT
MERTERT

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

BRÈVES



MINI-ENTREPRISE

Envie de comprendre!

Fifteam, la mini-entreprise du Lycée du Nord (Wiltz), va éditer quatre brochures de vulgarisation économique à l'usage des jeunes. Pour promouvoir ces livrets, une soirée de lancement est organisée le 2 avril 2015 à 19 h 30 au Forum Geesseknäppchen (Luxembourg-ville) faisant intervenir Jean-Claude Reding et Carlo Thelen lors d'un débat contradictoire.



LUXEMBOURG CITY

TOURIST OFFICE

Activité touristique en hausse dans la capitale luxembourgeoise

Le Luxembourg City Tourist Office (LCTO) confirme une progression de 3,09 % de l'activité touristique dans la capitale luxembourgeoise en 2014 par rapport à 2013. En tout, 619.226 visiteurs ont été pris en charge par les services du LCTO. Le top 4 des nationalités les plus

représentées sont les Allemands (23 % des clients), suivis par les Français (16 %), les Néerlandais (9 %) et les Luxembourgeois (8 %). Parmi les marchés à forte progression, on notera les Néerlandais (+10,70 %), les Belges (+5,23 %) et les Italiens (+0,65 %). Ce premier bilan touristique 2014 marque la cinquième année de progression consécutive et confirme l'attractivité de la capitale en tant que porte d'entrée vers le tourisme dans le Grand-Duché. ●

LUXEMBOURG ECO-INNOVATION CLUSTER
Ensemble pour favoriser les écotecnologies du futur

Les membres du Luxembourg EcoInnovation Cluster se sont réunis dans les locaux d'Apateq – fournisseur de systèmes de séparation pétrole / eau. Romain Poulles, président, et Marcel Klesen, manager du cluster, sont revenus sur les projets réalisés en 2014 et ont défini les perspectives pour 2015. Si 2014 était une année de préparation, d'identification et de mise en place d'une vision claire, 2015 sera l'année des actions concrètes de mise en œuvre. Les EcoInnovation Days, les 25 et 26 juin 2015, représenteront l'événement majeur de la promotion de l'économie circulaire en Grande Région et en particulier au Luxembourg, qui a l'ambition de se positionner comme testbed. ●



LIST - REACH&CLP

CLP 2015: pour une utilisation sûre des produits chimiques

Au 1^{er} juin 2015, les mélanges chimiques devront être classés et étiquetés conformément au règlement CLP. Le helpdesk REACH&CLP Luxembourg, un service du Luxembourg Institute of Science and Technology (List) qui regroupe depuis le 1^{er} janvier 2015 les Centres de recherche publics Gabriel Lippmann et Henri Tudor, organise une conférence le 31 mars 2015 sur ce thème. Informations sur www.reach.lu.

LSC

SPORT UND WIRTSCHAFT: KEIN WIDERSPRUCH

Wer im Sport oder im Unternehmen hoch hinaus will, kann sich bei Leistungssportlern einiges abgucken. Höher, schneller, weiter – so lautet die Devise der Leistungssportler. Denn Erfolg ist das Resultat harter Arbeit, verbunden mit einem starken Willen. Auch im Unternehmen ist Wettbewerb das beherrschende Thema: um erfolgreich zu sein, verlangt es nach mehr Leistung und höherer Produktivität.

So war die Handelskammer Luxemburgs Veranstaltungsort der Abschlussfeier einer Seminarreihe für das Olympic Team des Norddeutschen Regatta Vereins. Renommierter olympischer Segler und ehemalige Weltmeister, die auf Anregung des NRV am Workshop teilnahmen, waren aus diesem Anlass nach Luxemburg gereist. Um den Austausch von Wissenswerten aus Sport und Wirtschaft anzuregen, hatte die Handelskammer, gemeinsam mit dem „Sportlycée“, zu einer spannenden Podiumsdiskussion eingeladen unter



Die Seminarteilnehmer des NRV mit den Ehrengästen (v.l.n.r.) Pascal Schaul (Sportlycée), Robert Thillens (ministère des Sports), Fernand Ernster (Chambre de Commerce), Gérard Eischen (Chambre de Commerce), Marc Schmit und Prof. Norbert Harlander (forum fHelix).

dem Titel „Sport und Wirtschaft: Voneinander und miteinander lernen“. Die Teilnehmer versuchten vor allem die individuellen Erfahrungen bei der Beantwortung der Frage nach Vereinbarkeit von Sport und Schule sowie Sport und Beruf herauszuarbeiten.

Das „Sportlycée“ sucht regelmäßig sportbegeisterte Unternehmer, die über die Verknüpfungen von Sport und Business Vorträge halten.

Interessenten können sich an die Koordinatorin der Programmreihe „Relation École-Entreprise“ der Chambre de Commerce wenden: doris.mulombe@lsc.lu. ●

IMS

BAROMÈTRE DE LA DIVERSITÉ

La Charte de la diversité Luxembourg a été lancée par l'IMS en septembre 2012. Deux ans après, elle a recueilli plus de 100 signatures d'entreprises et organisations désireuses de s'engager pour le respect et la promotion de la diversité.

La Charte de la diversité existe dans plusieurs pays européens. Le Luxembourg est le premier à avoir proposé un baromètre pour mesurer son impact sur les organisations. À l'avenir, 11 questions communes aux 15 pays disposant d'une charte permettront des comparatifs internationaux. Comme le souligne Christian Scharff, président d'IMS: « Au travers de ce premier baromètre, les entreprises signataires témoignent d'un impact positif sur la créativité et l'innovation, sur l'attraction et la rétention des talents, sur la compétitivité et sur les conditions de travail en général. Les réponses des entreprises luxembourgeoises permettent donc d'affirmer que la Charte de la diversité est un bon investissement. » Les résultats montrent que l'impulsion pour s'engager dans une démarche de diversité émane à 91 % de la direction et que la mise en œuvre échoit dans



48,3 % des cas au département RH. En tête des thèmes traités par les entreprises se trouvent le genre et l'équilibre vie privée / vie professionnelle. 70 % des répondants constatent des comportements interpersonnels plus respectueux suite à l'adoption de la charte. Un signataire sur cinq déclare choisir ses fournisseurs ou partenaires en fonction de leur politique de diversité, laissant augurer un vrai effet d'entraînement à moyen terme.

À tout moment de l'année, il est possible de s'affilier à la Charte de la diversité. La prochaine cérémonie officielle de signature est prévue le 24 mars 2015.

Pour en savoir plus : www.chartediversite.lu. ●



LEARNING FACTORY

Une usine-école unique en Europe

La Learning Factory, inaugurée à Foetz en février 2014 est le fruit d'un partenariat privé / public. Le bilan de sa première année d'activité présente des résultats qui dépassent largement les projections. En 2014, la Learning Factory a formé plus de 100 participants, issus de 11 entreprises. Ces formations ont un volet « Learning by doing » directement

dispensé sur les équipements de l'usine-école et un volet immersion sur les sites des clients. Rappelons que ces formations visent à diffuser des pratiques d'optimisation de la consommation d'énergie, ainsi que des pratiques d'excellence opérationnelle. À l'avenir, ces formations pourront être adaptées aux PME, administrations et sociétés du secteur financier. ●

FEDIL

Prix de l'innovation

Tous les deux ans, la Fedil organise une remise de prix pour récompenser les innovations des entreprises industrielles. En 2014, cinq entreprises ont reçu un prix : Elth Cebi dans la catégorie produit, ArcelorMittal pour un nouveau procédé, Hein dans la catégorie PME, IEE pour la mise au point d'un nouveau système et Goodyear dans la catégorie efficacité. Robert Dennewald, président de la Fedil, a profité de ce rendez-vous pour rappeler la désaffection des métiers de l'ingénierie auprès des jeunes et l'importance de redonner de l'attractivité à ces carrières techniques. Clips vidéo décrivant les innovations primées disponibles sur www.vimeo.com (keyword : Fedil). ●

BRÈVES



DROITS MUSICAUX

Sacem Luxembourg déménage

Sacem Luxembourg collecte les droits d'auteur pour 800 auteurs et compositeurs de musique et protège environ 700 nouveautés par an. Le champ d'application des droits d'auteur concerne notamment la sonorisation de lieux publics, la radio et la télévision, internet et la distribution par câble... Sacem Luxembourg est désormais située 76-78, rue de Merl à Luxembourg.



CLUSIL

Trois groupes de travail

Le Club de la sécurité de l'information – Luxembourg, créé en 1996 pour fédérer les acteurs de la sécurité des systèmes d'information autour du partage des meilleures pratiques, compte trois groupes de travail : Business continuity, Incident management et Information security. Ce dernier a édité en 2014 un guide sur la sécurité des appareils mobiles, disponible sur www.clusil.lu.

BRÈVES



CLUSTER FOR LOGISTICS

Nouveau manager

Malik Zeniti rejoindra le Cluster for Logistics en qualité de cluster manager le 1^{er} mai. Avec une expérience de plus de 20 ans de connaissance des modes de transport, M. Zeniti est membre d'associations logistiques transeuropéennes et dispose d'une expertise en matière de transport à température contrôlée.

LUXEMBOURG - RUSSIA

Economic ties

A round table composed of Russian and Luxembourg authorities in charge of economic and trade relations in their respective countries ended on a positive note with new routes for further cooperation to be explored. The 10th session of the Joint Economic Belgium-Luxembourg Economic Union (BLEU) and the Russian Federation is scheduled to take place in December 2015 in Luxembourg.

LIH

Paris sollicite Luxembourg

Le laboratoire de biomonitoring du Luxembourg Institute of Health a été retenu pour conduire une étude sur la présence de polluants dans l'organisme d'enfants vivant à Paris par l'analyse d'échantillons de cheveux.

WOMAN BUSINESS MANAGER OF THE YEAR AWARD

CAROLE CASPARI ÉLUE CHEFFE D'ENTREPRISE DE L'ANNÉE

À la tête de la société Altea Immobilière qu'elle a fondée en 2007, Carole Caspari vient d'être élue femme cheffe d'entreprise de l'année 2014.

Au cours d'une réception au siège social de la Bil, Carole Caspari (à gauche), 8^e lauréate du prix Woman Business Manager of the Year, s'est vu remettre 10.000 euros ainsi qu'une sculpture de l'artiste Iva Mrazkova en présence de Lydia Mutsch, ministre de l'Égalité des chances. Les deux autres finalistes étaient Myriam Gonçalves (au milieu), active dans le domaine de la construction, et Carine Smets (à droite), cofondatrice du spécialiste du multimarques Smets.

Carole Caspari a su se positionner sur une niche : la location de chambres meublées pendant une période variable ou courte avec des services *all-in*, répondant à des besoins croissants liés à la mobilité des actifs. Altea Immobilière



emploie 15 personnes. Comptant 12 chambres en 2010, pas moins de 300 chambres sont actuellement mises en location, avec un taux d'occupation de 100 %.

Le concours, lancé par la Bil en 2006 en partenariat avec PricewaterhouseCoopers et le partenaire média *Paperjam*, récompense des femmes qui contribuent au développement de l'activité économique au Luxembourg et à la promotion du rôle de la femme. Le Woman Business Manager of the Year Award est soutenu par la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers, le ministère de l'Économie, le ministère de l'Égalité des chances, la FFCEL ainsi que l'association Femmes Leaders Luxembourg. ●



ICT MISSION

Tour of London's burgeoning tech scene

Recently, Luxembourg companies had the opportunity to join the Luxembourg Chamber of Commerce and the Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Great Britain for a tour of London's burgeoning tech scene. 13 Luxembourg companies participated in this visit as well as the Luxembourg Embassy in the United Kingdom.

The companies represented were very diverse: Luxembourg start-up Sponsor my Event, representatives of the Big Four Deloitte and KPMG, ICT companies such as VitalBriefing, GenCreo, EuroDNS, but also POST Telecom, Société Générale, EBRC, Luxair and many more.

The Luxembourg ICT cluster was represented by its president Mr. Xavier Buck. Attendees toured a range of innovative tech companies in London, including start-up accelerators. ●

CHAMBRE DE COMMERCE /
CHAMBRE DES SALARIÉS**Signature d'un partenariat stratégique**

Avec la volonté commune d'assurer le développement de l'assurance qualité en matière de formation professionnelle continue (FPC), la Chambre de Commerce et la Chambre des Salariés ont scellé leur collaboration afin d'initier un positionnement politique commun et faire évoluer la qualité des formations et des formateurs, dans le respect de la stratégie gouvernementale en matière de *lifelong learning*, communément appelée « S3L ». À travers les programmes du Lifelong Learning Center de la Chambre des Salariés et la LSC, l'organisme de formation de la Chambre de Commerce, près de 14.000 candidats sont formés chaque année, avec l'aide de plus de 400 formateurs. ●

« Chef, nos commerciaux réclament le paiement d'un 13^{ème} mois. Dois-je le leur verser, comme les 2 dernières années ? »

« Désolé, nous ne pourrions malheureusement pas cette année ! »

L'EMPLOYEUR RISQUE-T-IL DE SE VOIR CONTRAINDRE DE PAYER CE MONTANT, BIEN QU'UN TEL AVANTAGE NE SOIT PAS PRÉVU PAR LE CONTRAT DE TRAVAIL ?

L'employeur pourrait le cas échéant être contraint de régler ce montant, 1) si le contrat de travail des salariés concernés ne prévoyait pas que toute gratification est discrétionnaire et 2) si les paiements antérieurs devaient remplir les critères de généralité (paiement à tous les membres d'une catégorie de personnel), de constance (pratique régulière) et de fixité (fixité dans les conditions auxquelles les salariés peuvent y prétendre et dans les modalités de calcul).

La Cour d'appel vient de juger que « le paiement pendant deux années consécutives d'une gratification correspondant chaque fois au salaire du dernier mois de l'année suffit pour établir les caractères de constance et de fixité de la gratification ».

Cour d'appel, 15 janvier 2015, n°40682 du rôle.

CASTEGNARO-lus Laboris Luxembourg est le plus grand cabinet d'avocats spécialisé en droit du travail au Luxembourg, conseiller et défendant exclusivement les employeurs. CASTEGNARO est fondateur et membre de lus Laboris, une alliance internationale composée des cabinets d'avocats spécialisés en droit du travail les mieux cotés dans leur pays respectif.

BRÈVES



CLC

Gouvernance

Trois personnes secondent désormais Thierry Nothum à la tête de l'institution: Claude Bizjak, 39 ans, est en charge des fédérations du secteur ICT et de l'optimisation des outils ICT de la clc; Sylvie Fasbinder, 51 ans, est responsable de l'administration générale, des finances, des ressources humaines, des initiatives RSE et de la communication; Alain Petry, 55 ans, s'occupe du secteur des transports et est responsable de la veille législative.



LIST

L'institution a trouvé son CEO

Le professeur Gabriel Crean, de nationalité irlandaise, prendra ses fonctions à la tête du Luxembourg Institute of Science and Technology le 1^{er} avril 2015. Le List, issu de la fusion des CRP Gabriel Lippmann et Henri Tudor, est dédié aux recherches et à l'innovation dans les domaines des matériaux, de l'environnement et de l'IT.



JONK ENTREPRENEUREN LUXEMBOURG

ENTREPRENEURS EN HERBE À L'ENTRAÎNEMENT

Lors de la 7^e édition de la « Foire des entreprises d'entraînement » organisée par les JEL le 15 décembre 2014, plus de 400 élèves provenant de 13 lycées du Luxembourg ont eu l'opportunité d'affûter leur esprit entrepreneurial en présentant leur propre entreprise fictive.

Photo: Jonk Entrepreneuren Luxembourg

L'objectif de ces entreprises d'entraînement (EE) est de permettre aux élèves d'avoir une vue d'ensemble du fonctionnement d'une entreprise et des interactions entre les différents départements qui la composent ainsi qu'avec les instances extérieures. Les EE donnent aux élèves la possibilité de mettre en pratique les connaissances théoriques acquises dans leurs différents

cours en les confrontant avec les multiples aspects de la gestion d'entreprise. Le but ultime de cette démarche est de préparer au mieux les jeunes au monde du travail.

Selon Gérard Zens, représentant du ministère de l'Éducation: « Les projets menés dans le cadre des EE représentent une belle opportunité pour les élèves d'apprendre le travail en équipe pour atteindre un même but. »

Toute l'équipe de l'entreprise d'entraînement Renew (Lycée technique de Bonnevoie) se réjouit de son premier prix.

Au total, 26 projets ont été présentés au public, dans des domaines très variés. À titre d'exemple, on peut citer le projet de la classe de 12^e du Lycée Sainte-Anne d'Ettelbruck, visant à distribuer du matériel de bureau fabriqué en matières recyclables, alliant intérêt économique et souci du développement durable.

Un jury, composé d'entrepreneurs et d'enseignants, a eu la tâche difficile d'évaluer la qualité des stands et des présentations. Au final, le projet Renew du Lycée technique de Bonnevoie a été désigné « Meilleur stand et pratique commerciale » et, à ce titre, représentera le Luxembourg lors d'une foire internationale en 2015. Le prix de la « Meilleure présentation » a été décerné au projet B-innovation du Lycée du Nord de Wiltz. ●



NOUVELLE PARUTION

Développez vos affaires à l'international!

Une des missions de la Chambre de Commerce est de soutenir les entreprises dans leur conquête et exploitation de nouveaux marchés. Pour ce faire, une série de produits et services sont proposés aux entreprises par le service des Affaires internationales. Une nouvelle brochure éditée en anglais, accompagnée du calendrier des

activités des actions de promotion économique et commerciale pour 2015, est disponible sur demande (international@cc.lu, tél.: (+352) 42 39 39-310) et peut être consultée en ligne sur le site de la Chambre de Commerce, www.cc.lu, rubrique Publications. Pour recevoir les actualités et l'agenda de nos manifestations, inscrivez-vous à la newsletter hebdomadaire de la Chambre de Commerce sur www.cc.lu. ●

IMMO LUXEMBOURG
will be at MIPIM
in Cannes from
10 TO 13 MARCH, 2015.
Or make an appointment
to visit one of our agencies.



LOOKING FOR A NEW, **TOP QUALITY RESIDENCE** IN LUXEMBOURG?

Discover our residential projects in the **most prestigious neighbourhoods in Luxembourg** and its surrounds on **WWW.IMMO-LUXEMBOURG.LU**

Headquarters

1, Place Winston Churchill,
Luxembourg

Agency

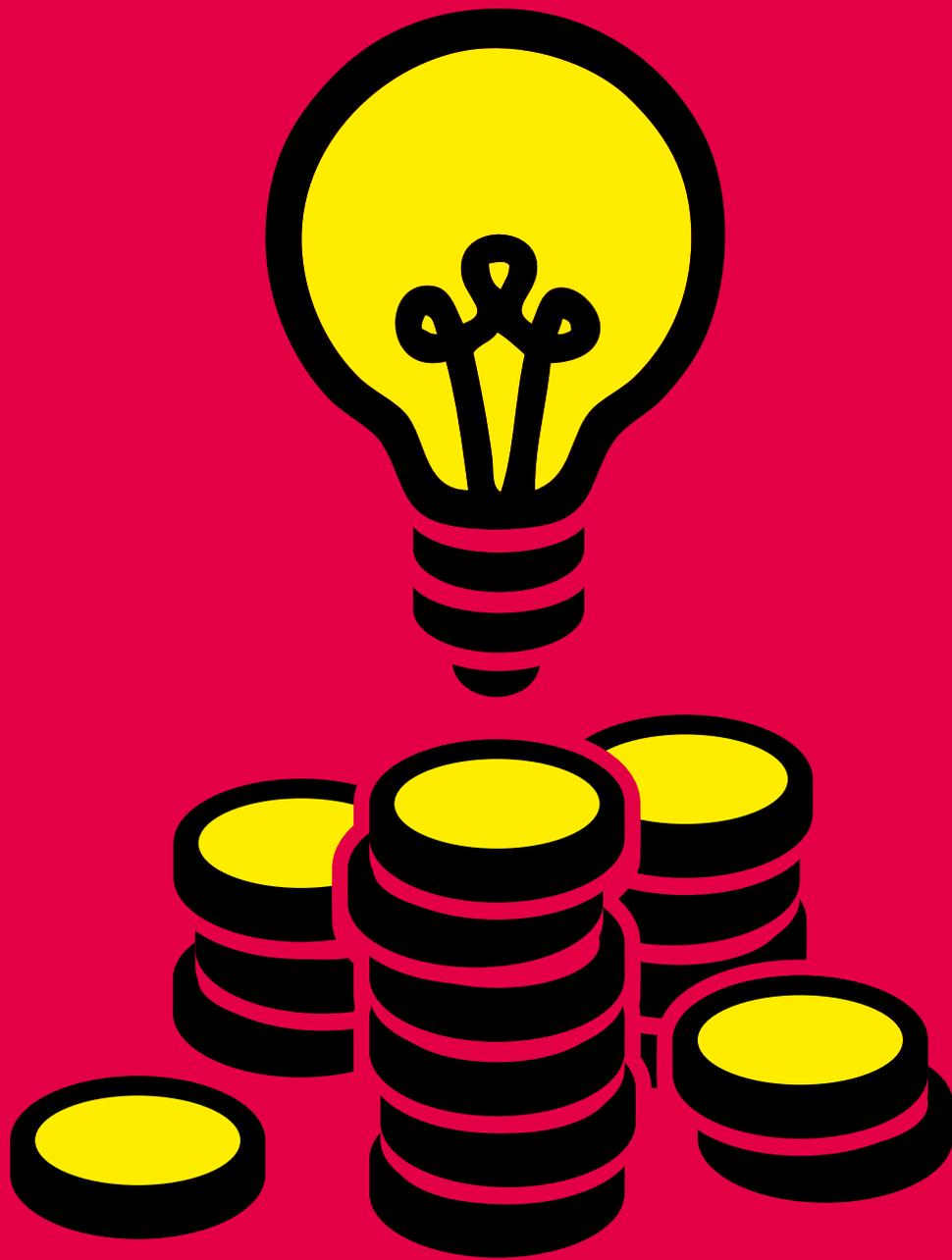
4 rue du Fossé,
Luxembourg Ville

info@immo-luxembourg.lu
Tel. +352 26 02 29

Murat MUTLU



Simply the best



DOSSIER

DOSSIER

CROWDFUNDING : LE NOUVEL ELDORADO ?

Véritable fer de lance de l'économie collaborative, le crowdfunding – ou financement participatif – s'est développé à une allure fulgurante grâce à l'émergence de plateformes dédiées permettant à des particuliers de financer directement une cause, un produit ou une entreprise. Perçu tantôt comme un nouveau levier de croissance pour l'économie, tantôt comme un moyen simple, accessible et peu coûteux pour les start-up et les PME de lever des fonds, le crowdfunding est loin d'avoir révélé tout son potentiel.

Texte : Patrick Ernzer

Qui l'eût cru ? En terminant le 29 août dernier sa campagne de crowdfunding avec des dons cumulés s'élevant à exactement 13.285.226 US\$, l'inventeur américain Ryan Grepper a remporté le plus gros succès de tous les temps pour une campagne de financement participatif.

Ce formidable exploit, réalisé sur une campagne qui n'aura pas duré deux mois, est riche d'enseignements.

Premier enseignement : Grepper s'est décidé pour une campagne crowdfunding du type *reward-based*. Ce type d'appel à financement participatif offre à des particuliers la possibilité de financer un projet en contrepartie d'un service ou d'un produit. Ce modèle de crowdfunding est aujourd'hui largement répandu et jouit d'une popularité sans cesse grandissante. Les plus grandes plateformes de crowdfunding au monde sont de ce type et s'appellent Kickstarter, Indiegogo, KissKissBankBank ou encore Ulule.

Pour récolter ses plus de 13 millions de dollars, Ryan Grepper avait choisi de faire confiance à Kickstarter, actuellement le roi incontesté du *reward-based crowdfunding* avec plus de 500 millions de dollars collectés pour plus de 22.000 projets rien qu'en 2014. Depuis son lancement en avril 2009, Kickstarter a récolté plus 1,5 milliard de dollars. Une somme colossale qui a servi à financer des dizaines de milliers de projets aussi divers qu'une exposition de l'artiste dissident chinois Ai Weiwei dans la prison désaffectée d'Alcatraz, la production d'un film qui finira dans la course aux Oscars ou encore le développement d'une application pour promouvoir la lecture chez les enfants en bas âge. Mais les fonds ont aussi servi à financer des projets aussi farfelus que la préparation d'une (!) portion de salade de pommes de terre (voir info-box p 46) ou l'envoi d'une pizza dans l'espace, ou aussi passionnant que le développement



Photo : Gao Yuan

du premier prototype fonctionnel de *hoverboard*, un skateboard flottant que les spectateurs du monde entier avaient découvert (et adoré) dans le blockbuster *Back to the Future 2*, sorti en salles en 1989 et qui, à l'époque, prévoyait la disponibilité des premiers *hoverboard* pour l'an 2015 justement.

COMMENT RÉCOLTER 13.285.226 US\$ EN MOINS DE DEUX MOIS ?

Qu'avait donc à offrir Ryan Grepper qui ait pu décider plus de 62.000 personnes à le financer à hauteur de 200 US\$ en moyenne ? Il leur a tout simplement proposé de produire une nouvelle génération de glacière. En intégrant des outils utiles tels qu'un broyeur de glaces, une planche à découper ou des enceintes audio imperméables ainsi que des technologies modernes telles que le Bluetooth, un chargeur USB ou encore une torche LED, Ryan Grepper a réinventé un produit existant depuis de longues années. Avec son bien nommé « Coolest Cooler », Grepper a réussi à transformer un produit de consommation banal, qui n'avait rien de glamour, en un produit multifonction et high-tech hautement convoité.

C'est bien là le deuxième enseignement à tirer de la réussite du projet de Ryan Grepper : pour réussir un projet de crowdfunding du type *reward-based*, il est tout à fait essentiel de proposer au public un produit qui réponde à une série de critères, qui sont autant de conditions de réussite. La première condition étant de proposer un produit dont la valeur ajoutée est immédiatement perceptible pour le consommateur. Le « Coolest Cooler » est une solution *all-in-one* dont la valeur ajoutée crève littéralement les yeux de tout utilisateur féru de glacières traditionnelles. La deuxième condition est de proposer un nom de produit qui puisse fonctionner comme une marque

L'artiste dissident chinois Ai Weiwei a financé via Kickstarter une exposition dans la prison désaffectée d'Alcatraz.



La construction de la Statue de la liberté a été financée grâce à un appel aux dons lancé auprès du grand public. En équivalence économique, l'appel a réussi à mobiliser 105 millions d'euros actuels, ce qui en ferait le projet de crowdfunding ayant rencontré à ce jour le plus gros succès.



INTERVIEW
ISABELLE GOUBIN
Directeur du Trésor

Le gouvernement luxembourgeois a renoncé à définir une réglementation nationale sur le crowdfunding.

Le HCPF a mis en place un groupe de réflexion sur le crowdfunding. Où en sont les réflexions à l'heure actuelle ?

« Le groupe, créé en juin 2013, était chargé 1) d'examiner les défis et les opportunités de ce nouveau mode de financement pour la place financière de Luxembourg et 2) d'identifier les règles susceptibles de s'appliquer au crowdfunding. La faible population du Grand-Duché et l'absence de passeport européen ne sont pas de nature à faire du pays un choix naturel pour l'implantation d'une plateforme de crowdfunding. En revanche, le Luxembourg présente des atouts non négligeables pour les plateformes de prêt et d'investissement de seconde génération qui reposeront moins sur la dimension affective comme moteur de leur activité, mais qui au contraire viseront une clientèle avertie intéressée par un service de qualité et un financement / investissement alternatif à taux / rendement intéressant. Les professionnels de la Place sont bien outillés pour offrir aux promoteurs de plateformes, prêteurs, investisseurs et porteurs de projets les services et véhicules dont ils auront besoin.

Le gouvernement va-t-il attendre la mise en place d'un cadre légal européen ou entend-il au contraire – à l'instar de ce qu'a fait la France – légiférer au niveau national pour tenter d'occuper le terrain et proposer un cadre législatif permettant de développer le crowdfunding au et à partir du Luxembourg ?

« Si certaines plateformes de crowdfunding se sont adjointes les services d'établissements de paiement luxembourgeois, aucune plateforme de crowdfunding n'a choisi à ce jour de s'implanter au Luxembourg et d'opérer à partir du Luxembourg, compte tenu de l'exiguïté du territoire et de la faible population. Les plateformes de crowdfunding n'ont intérêt à choisir le Luxembourg comme quartier général pour leurs opérations en Europe qu'à condition de disposer du passeport européen, c'est-à-dire que si elles peuvent offrir leurs services dans l'ensemble de l'Union européenne sur base d'un agrément obtenu au Luxembourg. Étant donné que seules les activités financières harmonisées au niveau européen disposent du passeport européen, le gouvernement luxembourgeois a décidé de ne pas suivre l'exemple de la France et a dès lors renoncé à définir une réglementation nationale sur le crowdfunding.

Le crowdfunding peut-il réellement être un mode de financement alternatif pour les entreprises ?

« Le crowdfunding est utilisé aujourd'hui en Europe surtout pour financer des projets de faible envergure. L'on constate aux États-Unis un intérêt croissant des institutionnels pour les plateformes de prêt, une partie non négligeable des fonds mis à disposition étant d'origine institutionnelle et les montants sont croissants. Si cette tendance devait se répliquer en Europe, l'attrait du crowdfunding comme mode de financement alternatif pour les entreprises serait fortifié. »



dans le sens qu'il décrit parfaitement le produit, soit facilement mémorisable et reconnaissable et le distingué de produits concurrents éventuellement déjà présents sur le marché. Difficile de faire mieux que « Coolest Cooler », un nom qui – en deux mots – dit tout ce qu'il faut connaître du produit.

Troisième enseignement à tirer de l'aventure de Ryan Grepper : une campagne de crowdfunding ne s'improvise pas et – comme dans tout projet d'entreprise – il faut faire preuve de persévérance et d'adaptabilité si l'on veut parvenir à ses fins. L'idée de la glacière nouvelle génération lui trottait en tête depuis presque 10 ans déjà lorsque Grepper décida de passer enfin à la phase du prototype. Une première campagne lancée en novembre 2013 – aussi sur Kickstarter – se solda par un échec, le projet ne récoltant que 102.000 US\$ sur un montant visé de 150.000 US\$. Mais ce premier échec permit à Grepper d'apprendre les erreurs à éviter sur une campagne de financement participatif et surtout de nouer des contacts avec une communauté intéressée par son produit et donc par le succès de son opération. C'est cette communauté qui l'a aidé à préparer, en amont du lancement de la deuxième campagne, la communication nécessaire à la réussite du projet. En utilisant massivement les médias sociaux pour promouvoir le lancement de la deuxième campagne, les supporters de première heure ont largement contribué à son succès. Et puis, selon ses propres dires, Grepper avait surtout appris que le crowdfunding est un média visuel et qu'il est tout à fait essentiel de pouvoir présenter aux investisseurs potentiels le produit qu'ils pourront acquérir.

L'histoire de Ryan Grepper ne constitue que la pointe la plus visible de l'énorme iceberg que représente aujourd'hui le *reward-based crowdfunding*. Mais si le financement participatif basé sur la fourniture d'un service ou d'un produit en contrepartie de l'argent avancé est de loin le plus répandu, l'écosystème *crowdfunding* offre bien d'autres formes et solutions de financement. On distingue ainsi communément quatre grands types de *crowdfunding*.

En réinventant la glacière pour en faire un produit high-tech, Ryan Grepper a réussi à lever la coquette somme de 13.285.226 US\$. Record!

Partenaire Salesforce

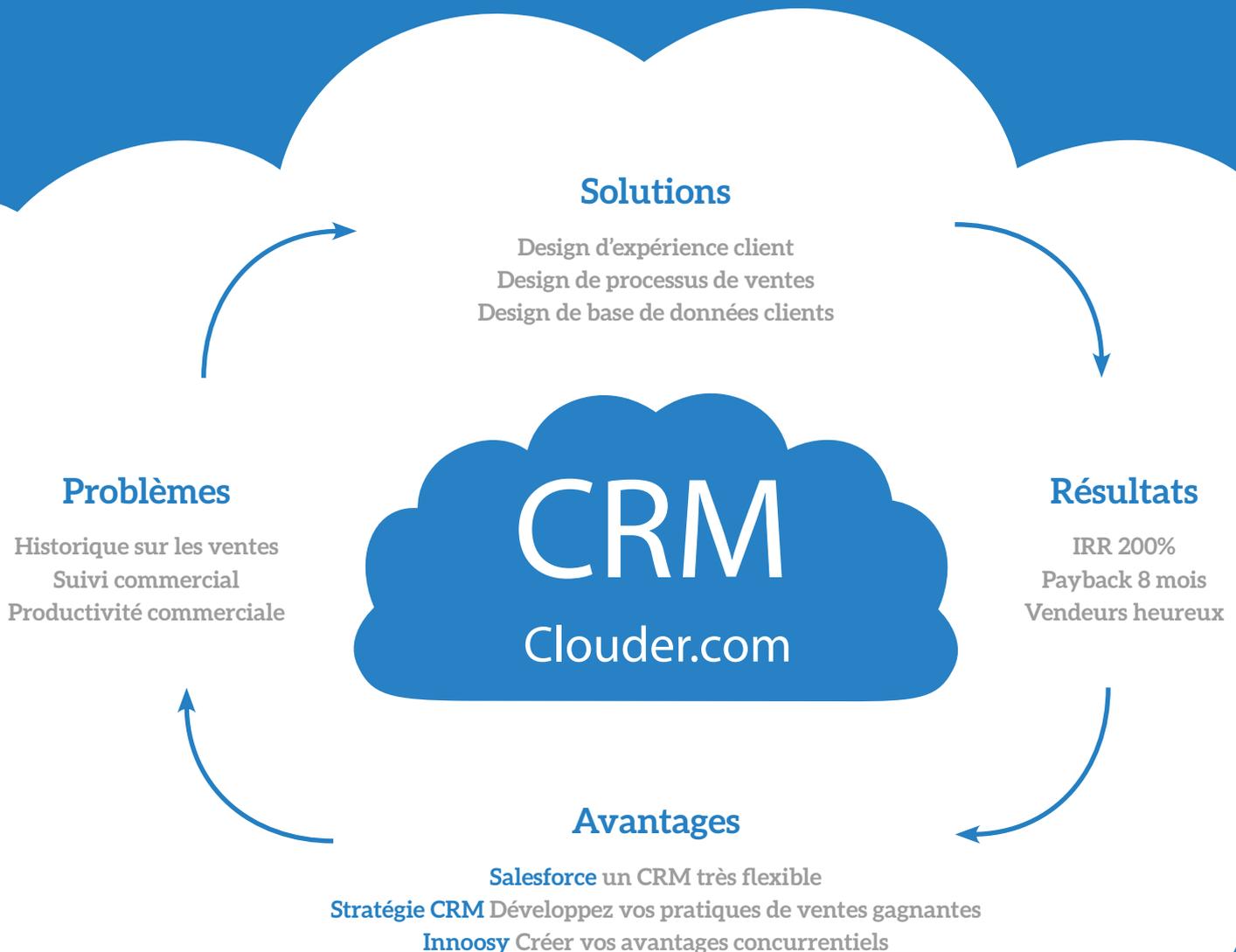
L'innovation au service de la vente...

Augmentez vos marges !

Améliorez votre stratégie CRM

Installez un CRM rapide et simple d'utilisation avec Salesforce

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





UNE SALADE À 55.000 DOLLARS

En sollicitant l'été dernier sur Kickstarter 10 dollars pour financer la préparation de sa salade de pommes de terre, l'Américain Zack Danger avait surtout « envie de rigoler ». Sa blague lui aura finalement rapporté le pactole de 55.492 dollars, près de 7.000 personnes ayant décidé d'aider le petit rigolo et de le remercier de cette façon pour son sens de l'humour. Si d'aucuns estiment que ce projet décredibilise le financement participatif en le poussant à la dérive, d'autres voient – au contraire – dans le projet de Zack Danger une illustration parfaite du pouvoir du crowdfunding à collecter très rapidement beaucoup d'argent, à partir du moment où vous proposez un produit ou une idée originale au public. Il va sans dire que ce genre de projet ne fonctionne qu'une seule fois, comme en témoigne l'échec des plus de 200 projets lancés sur Kickstarter pour d'autres « salades ».



01.

Le premier type est donc le *reward-based crowdfunding*, qui permet à des particuliers de préfinancer un projet en contrepartie d'un service ou produit qui – en règle générale – leur sera mis à disposition des semaines, des mois, voire des années après la clôture de la campagne d'appel à financement. Il est intéressant de noter que presque toutes les grandes plateformes de *reward-based crowdfunding* acceptent des dons en provenance du monde entier, du moment que les donateurs disposent d'une possibilité de paiement internationalement acceptée, telle qu'une carte de crédit ou un compte Paypal.

LE RÈGNE DU REWARD-BASED CROWDFUNDING

Des règles plus restrictives s'appliquent cependant aux porteurs de projet. Kickstarter, par exemple, n'accepte pour l'instant que des projets émanant de citoyens (ou entreprises) des pays suivants : États-Unis, Grande-Bretagne, Canada, Australie, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Suède, Danemark, Norvège et Irlande. Actuellement, un Luxembourgeois ne peut donc pas lancer de campagne de *crowdfunding* sur Kickstarter. Il peut cependant utiliser une des nombreuses plateformes européennes, telles que Indiegogo, Ulule ou encore KissKissBankBank.

Le deuxième type de financement participatif est le *donation-based crowdfunding*. Dans ce type de campagne de financement, les donateurs n'attendent aucun retour pour leur investissement et souhaitent simplement soutenir la cause des porteurs de projet. Il s'agit donc d'une forme moderne de mécénat, voire de charité. Ces campagnes sont surtout utilisées par des associations caritatives ou culturelles, mais aussi par des artistes et des particuliers confrontés à des



02.

problèmes financiers ayant souvent leur origine dans des coups de destin malheureux (perte de l'emploi, maladie, catastrophe naturelle, etc.).

Le *lending-based crowdfunding* (ou *peer-to-peer*) constitue le troisième type de financement participatif. Aussi connu sous le terme de « prêt participatif », il permet à des particuliers de prêter de l'argent à d'autres particuliers ou à des entreprises. En contrepartie, l'investisseur récupère chaque mois une partie de son investissement majoré d'intérêts. Il se substitue donc directement aux banques et autres établissements de crédit traditionnels. Ce type de *crowdfunding* connaît un succès grandissant outre-Atlantique. LendingClub.com, le leader mondial du prêt participatif, créé en 2006, qui s'est spécialisé dans les prêts aux particuliers jusqu'à hauteur de 35.000 US\$ maximum a prêté jusqu'à présent 6,2 milliards de US\$ et payé près de 600 millions d'intérêts aux investisseurs privés qui ont mis leur capital à disposition des emprunteurs.



03.

Dernière grande catégorie de financement participatif : l'*equity-based crowdfunding*. Ce modèle de financement participatif permet à des particuliers de prendre une participation dans une entreprise. L'investisseur devient, en règle générale, actionnaire de l'entreprise qu'il soutient et reçoit en principe une rétribution financière via les dividendes et la plus-value potentielle réalisée. Si ce modèle de *crowdfunding* peut s'avérer particulièrement intéressant pour le financement de start-up ou de TPE et PME ne trouvant pas de financement auprès de banques et autres financiers traditionnels, tels que les *business angels* ou les fonds d'amorçage et de capital risque, l'*equity-based crowdfunding* est aussi le modèle qui soulève le plus grand nombre de questions.

UN MODÈLE DE FINANCEMENT ALTERNATIF POUR LES START-UP, TPE ET PME ?

De nombreux observateurs voient dans l'*equity-based crowdfunding* (ou *crowdinvesting*) un nouveau levier de croissance de l'économie et un moyen simple, accessible et peu coûteux pour les start-up et les très petites, petites et moyennes entreprises de lever des fonds sans devoir passer par les cases banque, *business angel* ou capital à risque. En règle générale, les spécialistes en capital risque ne commencent de toute façon à s'intéresser à un projet que si celui-ci représente au moins 5 millions de dollars. Ce sont donc surtout les petites start-up ou entreprises qui pourraient profiter du financement participatif. Une start-up qui nécessite plusieurs millions de dollars de capital de départ ne peut pas vraiment espérer lever un montant aussi important par le biais du *crowdfunding* et devra forcément recourir à des



04.

financements plus traditionnels. Elle pourrait cependant utiliser le *crowdfunding* pour couvrir une partie de ses besoins financiers et apporter par le biais d'une campagne réussie une *proof of concept* de son idée. Selon une étude américaine de CB Insights, quelque 10 % de tous les projets *crowdfunding* ayant récolté plus de 100.000 US\$ réussissent ensuite à mobiliser du capital risque.

Les fonds collectés par l'*equity-based crowdfunding* restent encore marginaux comparés aux financements mis à disposition par les institutions de crédit traditionnels, les *business angels* et autres bailleurs de capital risque. Aux États-Unis, AngelList, la plus importante plateforme internet de financement de start-up, a levé en 2014 exactement 104 millions de dollars auprès de 2.673 investisseurs pour financer 243 start-up... dans un marché américain qui voit le lancement de plus de 620.000 nouvelles entreprises par an.

01. Le groupe Anamanaguchi a utilisé une partie des 277.399 US\$ levés par *crowdfunding* pour financer le transport d'un bout de pizza dans l'espace. L'exploit a été filmé et intégré dans le clip vidéo de leur tube 'Endless Fantasy'.

02. Avec Fansnextdoor.com, lancé en 2010, et Nubs.lu, lancé en 2014, le Luxembourg a participé, avec deux plateformes, au mouvement *crowdfunding*. Aucune des deux n'a – hélas – su trouver une masse critique d'utilisateurs et de projets qui aurait permis à ses créateurs de continuer l'expérience.

03. 04. Sortie en 1989, la comédie fantastique *Back to the Future 2* projette son protagoniste Marty McFly dans un avenir proche (2015) et lui fait découvrir le hoverboard, un skateboard flottant, qui selon le scénario du film serait disponible à notre époque. La vision d'avenir du réalisateur américain Robert Zemeckis est en effet devenue réalité avec le Hendo Hoverboard, dont le développement a été financé par *crowdfunding*.



INTERVIEW
JAMIE JOHNSON
 Community manager,
 Monolith Board games LLC

“
Vous devez être totalement passionné par ce que vous faites.
 ”

Monolith est une start-up qui a décidé de financer son premier produit, un jeu de plateau basé sur le célèbre personnage d'heroic fantasy Conan, par financement participatif. Quelles raisons ont motivé ce choix ?

« Notre choix a tout simplement été motivé par l'ambition et l'ampleur du projet. Si nous avions choisi la voie traditionnelle, donc de passer par un éditeur, l'investissement nécessaire se serait soldé par un prix de vente considérablement plus élevé. Il faut garder à l'esprit que l'équipe de Monolith a déjà investi dans ce projet 200.000 dollars en frais de développement de sa propre poche. En travaillant avec un éditeur, nous aurions rapidement atteint un prix de vente qui aurait été dissuasif pour une grande partie de notre public cible. Et puis, Kickstarter n'est pas seulement un outil de financement, mais peut – s'il est utilisé à bon escient – devenir aussi un outil de publicité très performant, surtout si l'effet viral parvient à jouer pleinement.

Avec 3.327.757 dollars, Conan bat tous les records de financement participatif pour un jeu de plateau. Comment expliquez-vous ce succès ?

« Conan est une franchise largement sous-estimée, surtout à notre époque où les acheteurs potentiels de jeux de société ont grandi en regardant les films ou en lisant les BD de Conan. Mais cela n'explique pas tout. Je reste farouchement persuadé que dans ce métier, vous devez être totalement passionné par ce que vous faites. La passion ne facilite pas seulement énormément l'immense tâche qui vous attend,

mais elle vous permet aussi de garder les pieds sur terre. Car si le monde des affaires est un monde éminemment sérieux, il ne faut pas perdre de vue que vous créez, en fin de compte, un jeu mettant en scène des barbares et des damoiselles en détresse. Cet état d'esprit nous permet de rester fidèles à nous-mêmes. Tout comme notre public cible, nous sommes avant tout des joueurs férus de grandes aventures et nous prenons toutes nos décisions en conséquence. J'entretiens une relation personnelle avec notre communauté, ce qui est une des raisons principales du succès de notre campagne. Notre communauté a senti que nous gardions son intérêt à cœur et que nous voulions faire un bon jeu parce que nous adorions les jeux !

Quels sont les pièges à éviter dans une campagne de crowdfunding ?

« Cela dépend du secteur d'activité. Je suis une spécialiste des jeux, un secteur qui a ses propres risques et défis. Le conseil le plus important que je puisse donner, et cela vaut pour tous les secteurs d'activité, c'est d'être crédible. Je ne dis rien que je ne pense pas vraiment ou dont je ne suis pas tout à fait certain. Je suis 100 % honnête avec les gens qui nous soutiennent, qu'il s'agisse de bonnes ou de mauvaises nouvelles, et ils me respectent pour cela. Vous demandez aux gens de prendre un risque en avançant leur argent sur Kickstarter. Tout le monde n'a pas l'esprit d'un joueur et s'ils ne vous font pas confiance, votre projet va s'effondrer comme un barbare en état d'ivresse. »



En Europe, c'est le Royaume-Uni qui semble être le plus avancé en matière de *crowdfunding*. La Financial Conduct Authority (FCA), le pendant britannique de la CSSF, a trouvé des arrangements avec l'industrie naissante du financement participatif en réglementant le prêt participatif et en adaptant le régime réglementaire existant pour encadrer l'*equity-based crowdfunding* de manière à assurer un sain équilibre entre le besoin de développer le financement participatif comme une méthode de financement alternative et la nécessité d'offrir un degré de protection raisonnable aux investisseurs privés. Depuis son lancement début 2011, Crowdcube, la plus grosse plateforme de *crowdfunding* au Royaume-Uni (et en Europe) a levé 73 millions d'euros auprès de 128.000 particuliers pour financer 188 entreprises. Il est intéressant de noter que plus de la moitié des investisseurs sont relativement jeunes (29-48 ans).

LE CROWDFUNDING AU LUXEMBOURG

Si les exemples d'AngelList, Crowdcube ou encore Seedrs, montrent à suffisance qu'il existe un marché pour le *crowdfunding*, celui-ci ne pourra atteindre pleinement son potentiel que s'il est appuyé par un cadre juridique spécifique, adapté et allégé. Or, il n'existe actuellement en Europe aucun cadre juridique harmonisé pour encadrer le développement du financement participatif dans toutes ses formes et chaque pays membre avance à son rythme, la France ayant par exemple choisi d'introduire en mai dernier deux nouveaux métiers, celui de l'intermédiaire en financement participatif (IFP) et de conseiller en investissement participatif (CIP), pour assurer le développement ordonné du financement participatif dans l'Hexagone.

Le Luxembourg a sauté assez tôt dans le train du *crowdfunding*. Dès 2010, donc à peine un an après le lancement de Kickstarter, l'étudiant Benjamin Larralde lança avec quelques amis le site Fansnext-door.com, une plateforme de financement participatif

Si un projet poursuit un objectif éminemment social, il peut espérer lever des fonds importants, comme le projet « An Hour of Code », qui, en récoltant plus de 5 millions de dollars, a permis d'offrir à 100 millions d'étudiants un cours d'introduction à la programmation.

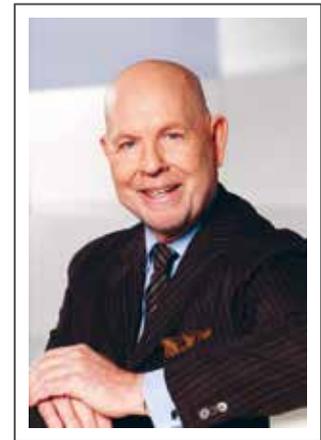
FACE®

Notre formation

“Le Savoir-être au service de votre image de marque”

*est organisée sur mesure en fonction des besoins de vos équipes
et co-animée par Agnès de LA BOURDONNAYE
et Pierre DILLENBURG.*

*Secrétaire Général Honoraire de la Chambre des Députés,
Consul Honoraire de Tunisie,
Chroniqueur à l'hebdomadaire “Le Jeudi”,
Chroniqueur mondain notamment auprès de RTL,
Auteur de livres sur le décor des tables et l'art de vivre.*



*Dirigeante de FACE Luxembourg, organisme de formation
et cabinet de conseil, Fondatrice de FACE Paris dès 1999,
Consultante, Expert en ingénierie de Formation auprès
de grands comptes, organismes d'Etat, banques, industries
Avocats, Executive Coach HEC,
Auteur d'ouvrages pour le développement professionnel
et personne à destination des entreprises.*

***La performance de votre entreprise repose sur le savoir-être.
Rencontrons-nous !***

FACE Luxembourg SARL - Siège social : 3, Beim Park – L-6149 Junglinster - RCSL : B175001
Organisme de formation n° 10032242/1 - Tel. : +(352) 26 78 01 02 - Gsm : +(352) 621 49 45 67
Contact : face@societe-face.lu – www.societe-face.lu



SORTIR DE L'OMBRE

Lorsque l'acteur et réalisateur américain John Cassavetes, interviewé par Jean Shepherd dans son émission de radio *Night people* à 1h du matin, déclare qu'il est possible de faire un film totalement libre des contraintes commerciales imposées par les studios si chaque auditeur lui envoie un dollar, il ne pensait pas vraiment récolter les fonds pour produire son prochain long métrage *Shadows*. Mais le lendemain, Cassavetes reçoit 2.000 billets de un dollar. Il tournera finalement son film, totalement improvisé – puisqu'il n'avait même pas rédigé de scénario au moment de son appel, à l'automne 1958 – en 16 mm. Aujourd'hui, de nombreux réalisateurs financent ou cofinancent leurs productions via *crowdfunding*.



01.

calqué sur le modèle du *reward-based crowdfunding*. Malgré une commission inférieure à celle demandée par Kickstarter ou Indiegogo (5 % au lieu de 8 %), la plateforme n'a pas su s'imposer, ni au Luxembourg ni au-delà des frontières. Elle a cependant contribué à faire connaître le *crowdfunding* au Luxembourg, notamment en réussissant à financer les cinq projets présentés sur la plateforme. Le plus gros montant (11.845 euros) a été récolté par le groupe électro-rock luxembourgeois Inborn, qui a financé de cette manière la production d'un album par le producteur américain Ross Robinson, qui produit des grands groupes comme Korn, Deftones ou encore The Cure.

Même le Musée d'Art contemporain Mudam s'est laissé séduire par la plateforme et a utilisé Fansnextdoor.com pour assurer le financement d'une édition limitée d'un double vinyle compilant, sous la régie de Fred Baus, quatre ans d'événements musicaux organisés au et par le Mudam. Les trois autres projets présentés sur la plateforme (un court métrage, un blog, un livre) trouveront aussi leur financement sur Fansnextdoor.com. Malgré ce taux de réussite de 100 % et malgré des retours très positifs, la plateforme ne survivra pas, faute d'une masse critique de projets, qui aurait à terme permis à la plateforme de se financer ou du moins de justifier son maintien. Il est évident que ce n'est pas avec une commission de 5 % sur les quelque 20.000 euros que la plateforme aura finalement récolté sur l'ensemble des projets que les cinq membres de l'équipe animant le site pouvaient espérer construire un projet durable. Le *crowdfunding* étant par définition une activité de masse, il n'y a point de salut pour une plateforme de financement participatif sans masse critique d'utilisateurs et de porteurs de projet.

Le cas Fansnextdoor.com aurait dû mettre la puce aux oreilles de Fabien Nizard et Paul Weber,

les créateurs de la deuxième plateforme de *crowdfunding* luxembourgeoise, Nubs.lu, lancée en avril dernier. Bien que profitant d'un portail plus soigné et d'un marketing et travail de presse mieux orchestré, Nubs.lu, également basé sur le modèle du *reward-based crowdfunding*, n'a rien su apporter de réellement nouveau au marché et a même proposé un taux de commission supérieur (10 % au lieu de 8 %) à celui pratiqué par les désormais grands leaders du financement participatif que sont Kickstarter, Indiegogo ou encore KissKissBankBank. C'est donc sans véritable surprise que le projet Nubs.lu a été suspendu avant même la fin de son année de lancement. Les seuls éléments différenciateurs de Nubs.lu, à savoir son enracinement local et sa proximité souhaitée avec les porteurs de projets, n'ont pas suffi à faire la différence. D'autant plus qu'un tel modèle de *crowdfunding* à forte connotation locale aurait nécessité un suivi et un encadrement des porteurs de projet autrement plus rigoureux que l'encadrement actuellement offert par les grandes plateformes, qui laissent bien souvent simplement leurs publics décider du bien-fondé et du mérite potentiel d'un projet.

LA STRATÉGIE DU GOUVERNEMENT

Un sujet comme le *crowdfunding* ne peut évidemment pas laisser indifférent un gouvernement qui a ouvertement déclaré ses ambitions dans le domaine du digital. En adoptant la stratégie Digital Lëtzebuerg, le gouvernement en place a en effet signalé sa volonté de consolider et de renforcer le développement des technologies digitales innovantes au Luxembourg, afin de conforter la position de tête que le pays occupe actuellement en matière de TIC. Parmi les grands objectifs de cette stratégie figurent



02.



05.

01. Attaquer le marché des consoles de jeux, traditionnellement dominé par Sony, Microsoft et Nintendo, tenait de la gageure, mais Ouya a su se trouver une belle niche en proposant pour moins de 100 US\$ une console basée sur Android. La « crowd » a soutenu l'outsider avec plus de 8,5 millions de dollars.

02. Les gadgets technologiques, comme la montre multifonction Pebble, se financent en règle générale assez bien via *crowdfunding*, du moment que le porteur du projet peut se prévaloir d'une expérience ou d'une solide réputation dans son secteur d'activité.

03. Bien qu'il ait levé le 2^e plus gros montant de tous les temps (12,8 millions US\$), le projet Ubuntu Edge, qui ambitionnait de développer une toute nouvelle génération de PC combinant smartphone et desktop traditionnel, n'a pu atteindre son objectif final, qui était de lever 30 millions US\$.

le soutien à l'innovation, y compris l'accès au financement pour les start-up, et l'innovation dans les services au secteur financier (FinTech). Deux objectifs qui peuvent du moins partiellement être atteints en développant le financement participatif au et à partir du Grand-Duché.

Or, le Luxembourg ne dispose pas encore – contrairement à certains pays européens tels que la France ou le Royaume-Uni – d'un cadre légal réglementant le *crowdfunding*. En l'absence d'un tel cadre réglementaire, c'est logiquement la loi du 5 avril 1993 relative au secteur financier qui devrait s'appliquer à tout nouveau modèle de financement. Cette loi, dont l'application est contrôlée par la Commission de surveillance du secteur financier (CSSF), ne s'applique cependant qu'à un certain type de financement participatif, en l'occurrence l'*equity-based crowdfunding*, qui permet aux particuliers d'investir directement dans le capital d'une entreprise, ce qui fait de la plateforme d'un point de vue juridique un service d'investissement, service strictement réglementé au Luxembourg, comme d'ailleurs – à divers degrés – dans le reste du monde. La loi relative au secteur financier n'est pourtant pas adaptée aux nouvelles réalités du financement participatif, en ce sens qu'elle a été rédigée pour réglementer l'activité des banques, établissements de crédit et autres professionnels du secteur financier, et impose de ce fait des contraintes et des coûts acceptables pour les banques, mais disproportionnés pour permettre un réel développement de l'*equity-based crowdfunding* au Luxembourg.

Conscient du fait que le cadre législatif du Luxembourg n'est pas spécifiquement adapté au financement participatif, le Haut Comité de la place financière (HCPF) a mis en place un groupe de réflexion sur le *crowdfunding* (lire interview p. 44).



PAR CROM!

Avec ses 3.327.757 dollars récoltés le mois dernier, Conan de la start-up Monolith Games vient de battre tous les records de financement participatif dans la catégorie des jeux de plateau. Un succès qui s'explique notamment par une préparation minutieuse d'une campagne parfaitement maîtrisée et par une vraie compréhension du marché visé.



CROWDFUNDING POLITIQUE

Le financement participatif est en passe de devenir un facteur décisif dans le financement de campagnes électorales. Lors de sa première campagne présidentielle en 2008, Barack Obama avait récolté 750 millions de dollars sur 21 mois de campagne et 80 % de ce montant était constitué de dons inférieurs à 200 dollars. Un exploit que Barack Obama a su reproduire dans une moindre mesure lors de son réélection en 2012, où son équipe a su lever 119 millions de dollars dont près de la moitié constituée de dons de moins de 200 dollars. Si son adversaire politique Romney avait réussi à récolter plus d'argent qu'Obama auprès des riches, ce sont les petits dons qui ont permis au président sortant de disposer au final de 60 millions de dollars de plus que son prétendant à la présidence américaine. Qui a parlé de financement démocratique ?



INTERVIEW
SERGE DE CILLIA
Chief executive officer, ABBL

Les banques de la Place perçoivent ce financement alternatif comme une opportunité.

De nombreux observateurs voient dans l'equity-based crowdfunding du type AngelList (US) et Crowdcube (UK) un moyen simple, accessible et peu coûteux pour les start-up et les PME de lever des fonds sans devoir passer par les banques ou établissements de crédit traditionnels. L'activité des banques est-elle en danger ou – au contraire – le financement participatif offre-t-il de nouvelles opportunités pour les banques ?

« Les banques de la Place perçoivent ce financement alternatif comme une opportunité, car complémentaire à leurs activités. Elles sont bien outillées pour offrir aux promoteurs de plateformes, prêteurs, investisseurs et porteurs de projet les services et les véhicules dont ils ont besoin.

La France a introduit en mai dernier deux nouveaux métiers, celui de l'intermédiaire en financement participatif (IFP) et de conseiller en investissement participatif (CIP), pour assurer le dévelop-

pement ordonné du financement participatif dans l'Hexagone. Un modèle à suivre pour le Luxembourg ?

« Un groupe de travail du Haut Comité de la place financière est chargé de réfléchir à la question et analyse les approches de différents pays comme les États-Unis, l'Espagne, ou le Royaume-Uni. Aucune décision quant au modèle à suivre n'a été prise pour l'instant.

La Commission européenne devrait-elle créer un cadre réglementaire harmonisé pour soutenir le développement du crowdfunding en Europe ?

« Une fragmentation du marché européen du crowdfunding n'est pas souhaitable. Un cadre légal européen adapté en la matière permettrait à tous les acteurs de bénéficier d'un *level playing field* au sein du marché commun, d'un passeport permettant d'offrir leurs services dans tous les pays de l'Union ainsi que d'une protection harmonisée de l'investisseur. »

Dans une réponse du ministre des Finances à une question parlementaire datant d'avril dernier, celui-ci dit vouloir attendre le résultat des travaux actuellement menés au sujet du financement participatif par la Commission européenne avant de mener une réflexion sur l'opportunité d'introduction d'un cadre légal spécifique pour le Luxembourg. Outre le souci de garantir la protection des investisseurs participant à des activités de *crowdfunding*, les pouvoirs publics tiennent surtout à limiter les risques potentiels de blanchiment et de fraude que pourraient présenter les plateformes basées sur le modèle de l'*equity-based crowdfunding*.

À noter que la loi du 5 avril 1993 relative au secteur financier ne s'est pas appliquée aux deux plateformes de financement participatif lancées à ce jour au Grand-Duché, celles-ci ayant été toutes deux du type *reward-based*.

MAIS QUE FAIT LA COMMISSION EUROPÉENNE ?

Au vu de l'engouement généralisé pour le *crowdfunding* qui enregistre des taux de croissance annuels à deux chiffres, la Commission européenne explore actuellement le potentiel et les risques associés au financement participatif, ainsi que les cadres réglementaires nationaux qui lui sont applicables, afin d'évaluer la possible valeur ajoutée d'une action européenne dans ce domaine. Pour ce faire, la Commission a mis en place un groupe d'experts, le ECSF (European Crowdfunding Stakeholder Forum) comptant 40 membres (le Luxembourg n'a pas de représentant), chargé de conseiller la Commission dans le développement d'une politique de soutien du *crowdfunding*. Les objectifs déclarés sont la sensibilisation du grand public et des entreprises, notamment par la mise en place de formations spécifiques, l'échange de bonnes pratiques et l'étude d'opportunités pour la création d'un label de qualité pouvant certifier le respect de bonnes pratiques par les acteurs du financement participatif.

Le groupe d'experts s'est réuni à deux reprises, en septembre et novembre 2014, et a surtout constaté la complexité du dossier, le manque d'informations et de données précises et fiables ainsi que le manque de sensibilisation et de confiance d'une large frange du public et des entreprises. Il a également constaté que le financement participatif est une activité émergente avec tous les problèmes que cela implique, tels que l'apparition et la disparition rapides de nouvelles plateformes. Ironiquement, une des raisons apparentes de l'échec de bon nombre de plateformes de *crowdfunding* – parallèlement à une concurrence exacerbée et à l'absence d'une stratégie de développement solide – est justement le manque de capital initial suffisant.

En pouvant s'appuyer sur une communauté de fans fidèles de la série télévisée *Veronica Mars*, le producteur Rob Thomas a réussi à financer un long métrage éponyme en récoltant plus de 5,7 millions de dollars.



Nouvelle adresse à partir d'Avril 2015

N°8, avenue du Swing
L-4367 Belvaux

www.ketterhill.lu

ketterhill
LABORATOIRES D'ANALYSES MÉDICALES

BELVAL,
une nouvelle perspective dès 2015

PETIT HISTORIQUE DU CROWDFUNDING

1875

Un appel aux dons est lancé auprès du grand public pour financer la construction de la Statue de la liberté. Tous les moyens sont bons : spectacles, taxes, loterie, vente de coupes-papiers à l'effigie de la statue... Fin 1875, les fonds rassemblés s'élèvent à environ 105 millions d'euros actuels (en équivalence économique).

1958

John Cassavetes, acteur et réalisateur américain, déclare dans une émission de radio, à une heure du matin, qu'il peut tourner un film libéré des producteurs si chaque auditeur lui envoie un dollar. Il reçoit le lendemain 2.000 dollars dans la plus petite des coupures. Il tournera *Shadows* à l'automne 1958.

1997

Les fans du groupe anglais Marillion décident spontanément de préfinancer la prochaine tournée du groupe et réunissent 47.000 US\$. Devant le succès de l'opération (le groupe n'y était pas impliqué), Marillion propose à ses fans de préfinancer son prochain album. 12.500 fans répondent à l'appel et financent l'album *Anoraknophobia* en 2001. Trois autres albums seront financés par *crowdfunding*.

2001

Brian Camelio lance ArtistShare, considéré aujourd'hui comme la première plateforme de *crowdfunding* sur internet, pour permettre aux fans de financer les albums de leurs groupes préférés.

2008

Création de Indiegogo au mois de janvier. Aujourd'hui, le deuxième plus important site de *reward-based crowdfunding* au monde.

2009

Création de Kickstarter au mois d'avril. Aujourd'hui, le plus important site de *reward-based crowdfunding* au monde.

2010

De novembre à décembre, le Mudam (Musée d'Art contemporain) organise une action de *crowdfunding* pour financer, avec succès, l'édition d'un double vinyle.

2012

Le président américain Barack Obama récolte par *crowdfunding* plus de 150 millions US\$ pour financer sa campagne de réélection.

5 avril 2012

Le président américain signe le Jumpstart Our Business Startups (JOBS) Act pour encourager le financement des PME (qui représentent 99,7% des entreprises US) et des start-up en les autorisant à accepter des financements émanant de personnes privées sans devoir passer par la case IPO (Initial Public Offering).

19 avril 2014

Le Start-up Europe Crowdfunding Network publie ses conclusions dans lesquelles il demande la création d'un cadre législatif européen pour réglementer le *crowdfunding*.

Début 2014

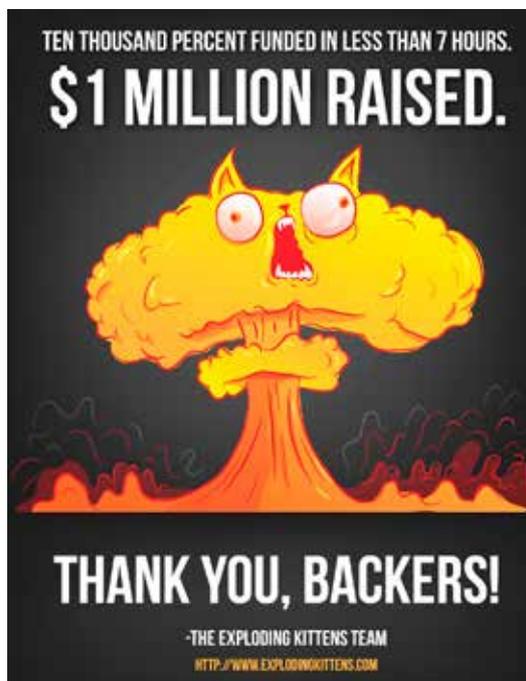
Au Luxembourg, le Haut Comité de la place financière met en place un groupe de réflexion sur le *crowdfunding*.

Avril 2014

Lancement de la plateforme de *crowdfunding* luxembourgeoise Nubs.lu

29 septembre 2014

Diaries of devient le premier magazine de voyages luxembourgeois entièrement financé par *crowdfunding*.



Si les experts de l'ECSF sont d'accord sur la nécessité de protéger les investisseurs et de créer un cadre réglementaire harmonisé – tout en étant conscients qu'il ne faudra pas étouffer l'éclosion du financement participatif par un cadre réglementaire trop restrictif –, les opinions divergent sur la manière d'atteindre ces buts. Si certains experts se disent favorables à une réglementation européenne, d'autres estiment qu'il faudrait miser sur l'autorégulation et encourager le secteur du *crowdfunding* à adopter un code de conduite imposant aux plateformes un minimum de transparence dans la communication des risques encourus par les investisseurs. Dans le même ordre d'idées, la proposition d'introduire un label de qualité est également discutée, sans pourtant faire l'unanimité : trop de disparités entre les différents modèles de *crowdfunding*, pas assez de fédérations pouvant promouvoir un tel label, pas assez coercitif car pas de moyens suffisants de contrôle, voire même de sanction... Bref, l'Europe semble à l'heure actuelle encore bien loin d'une politique concertée en matière de financement participatif.

En attendant, les deux jeunes créateurs de jeu Elan Lee et Shane Small se sont associés à l'illustrateur Matthew Inman (*TheOatMeal.com*) pour financer via Kickstarter un petit jeu de cartes bidonnant, mettant en scène – dans une variation de la roulette russe – des chats explosifs. Ils ont sollicité 10.000 dollars pour couvrir les frais d'impression de leur jeu de cartes. En fin de campagne, *Exploding Kittens* a récolté plus de 8,7 millions de dollars avancés par exactement 219.382 personnes, ce qui en fait officiellement le projet rassemblant le plus grand nombre de supporters depuis l'invention du financement participatif sur internet. ●

EXPLOSIF !

En terminant le 20 février 2015 sa course au financement à 8.782.571 dollars avancés par 219.382 donateurs, *Exploding Kittens* est devenu officiellement le projet de financement participatif ayant réuni le plus grand nombre de participants. L'intention des trois porteurs du projet était simplement de produire un petit jeu de cartes rigolo mettant en scène des chats explosifs. C'est surtout l'objectif de financement initial de 10.000 dollars qui a littéralement explosé.

Le crowdfunding en infographie

Retrouvez les chiffres-clés du *crowdfunding* sur l'infographie publiée en poster en dernière page du magazine.

L'information continue

Retrouvez toutes les informations sur www.cc.lu

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?

PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES 2015

COMMENT ÉVITER LE « SURPLACE » ÉCONOMIQUE ?

Le Luxembourg est une « petite économie ouverte », très dépendante des décisions externes mais également de l'état de santé de ses partenaires économiques. Ainsi les principaux indicateurs macroéconomiques du Grand-Duché éprouvent des difficultés à retrouver leur niveau enviable d'avant-crise. Le moment est venu d'accélérer la mise en œuvre des réformes et de réinventer le business model du Luxembourg pour éviter le « surplace » économique.

Texte : Affaires économiques, Chambre de Commerce
Photos : Pascal Moisy et Chambre de Commerce

La crise économique et financière a changé irrévocablement le paysage économique : alors que l'économie mondiale semblait sortie de sa période de fortes turbulences en début d'année 2014, le regain récent de tensions géopolitiques et l'affaiblissement de la demande internationale ont conduit à une forte révision à la baisse des projections macroéconomiques au Luxembourg ; les chiffres de naguère ne sont plus atteints et les taux de croissance pré-2008 semblent hors de portée.

L'année 2015 devra donc être marquée par des actions visant à éviter le « surplace » économique au Luxembourg.

CONTEXTE INTERNATIONAL : « LE PASSÉ EST-IL DERRIÈRE NOUS ? »

Six ans après l'éclatement de la bulle des subprimes et la faillite de la banque américaine Lehman Brothers, la croissance mondiale n'a toujours pas retrouvé son rythme d'antan, et la forte reprise enregistrée en 2010 n'aura été qu'un rebond technique de courte durée.

L'économie américaine tourne actuellement à plein régime, en raison notamment des faibles prix de l'énergie, de l'augmentation des dépenses de consommation ainsi que de l'embauche et des investissements des entreprises. La progression des salaires augmente le pouvoir d'achat des ménages. Du côté des risques encourus en 2015, l'appréciation soutenue du dollar US et l'atonie de la croissance dans bien des pays pourraient détériorer les exportations.

Englué dans une stagnation chronique, le Japon avait vu, dans l'Abenomics, des espoirs de renouveau ; il n'en est rien. Les

« trois flèches » de l'Abenomics, le nom donné à la politique économique prônée par Shinzo Abe, le Premier ministre du Japon, semblent avoir raté leur cible.

Les pays émergents connaissent un ralentissement structurel de leur croissance du fait de difficultés propres, de la faiblesse de la demande mondiale, etc. À cela s'ajoutent pour certains des risques géopolitiques et pour les pays exportateurs de pétrole la faiblesse des cours du baril, alors que des cours pétroliers plus élevés sont nécessaires à de nombreuses économies émergentes pour « boucler » les budgets. En Chine, le 12^e plan quinquennal (2011-2015) a entériné la volonté de la République populaire de rééquilibrer son économie, en misant non plus sur une croissance intensive en capital fixe, mais sur le développement de la consommation domestique. Ce nouveau « paradigme » s'accompagne d'un ralentissement orchestré de la croissance chinoise, qui progressivement converge vers un taux de 7%. Ce nouveau régime de croissance modifie le rôle de la Chine dans l'économie mondiale.

Au sein de l'Europe, et de la zone euro en particulier, la croissance en 2015 pourrait dépasser celle de 2014, grâce, d'une

part à l'évolution de l'euro et, d'autre part, dans une moindre mesure, à la baisse du prix du pétrole. La croissance devrait toutefois rester bien mince. Le programme étendu d'achat d'actifs annoncé par la Banque centrale européenne (BCE) le 22 janvier 2015 pourrait éloigner le risque de déflation. Il importe cependant que les États de la zone euro ne relâchent pas pour autant leurs efforts visant à redresser durablement la croissance économique.

“
La crise économique et financière a changé irrévocablement le paysage économique.
”

Bien que sa croissance se soit quelque peu érodée, notamment suite aux difficultés de ses partenaires économiques (zone euro, Russie, Chine), l'Allemagne reste le bon élève européen. Parangon de vertu budgétaire, sa dette publique tend vers ses niveaux d'avant-crise et le déficit public a laissé place à un excédent - ce tableau étant, il est vrai, obscurci par un faible niveau d'investissements publics. La France est l'un des rares pays de la zone euro à voir son déficit public augmenter en 2014 et elle devrait, en 2015, connaître sa 4^e année consécutive de croissance inférieure à 1%. En Belgique, les perspectives demeurent fragiles compte tenu de l'état dégradé de la confiance entre partenaires sociaux, de la faiblesse de la compétitivité et d'un assainissement budgétaire relativement rapide, sur toile de fond



Lors de son « semestre européen », le Luxembourg peut contribuer à moderniser l'Europe en donnant des impulsions nouvelles aux réformes.



L'économie américaine tourne actuellement à plein régime.

d'un « dernier avertissement » envoyé à Bruxelles par les gardiens européens des finances publiques.

La victoire de la Gauche radicale en Grèce (alors que la population affirme son attachement à l'euro : les trois quarts seraient favorables à la monnaie unique selon de récents sondages) est un nouveau test grandeur nature pour la zone euro. La Grèce, qui a fait beaucoup d'efforts, a une dette équivalente à plus de 175 % de son PIB et un PIB par habitant inférieur de plus de 25 % à son niveau de 2008.

ÉCONOMIE LUXEMBOURGEOISE : DES RISQUES ET DES DOUTES

Une croissance qui reste fluctuante, de faibles gains de productivité des entreprises et une érosion de leurs marges bénéficiaires (notamment dans l'industrie), un taux de chômage qui reste élevé et des prix à la consommation qui augmentent régulièrement plus rapidement que chez les principaux partenaires commerciaux – malgré l'importante décélération récente des prix – continuent à plomber l'économie luxembourgeoise.

“
Des mesures de soutien doivent être développées pour aider les entreprises locales à surmonter cette période de faible demande.
”

L'enquête Eurochambres 2015¹, qui a notamment sondé les chefs d'entreprise sur leurs anticipations pour l'année 2015, montre des divergences prononcées entre l'industrie et les services. Le plus grand écart est observé pour ce qui concerne le « climat des affaires en 2015 » : les attentes des entreprises de services sont meilleures que pour 2014, tandis que celles des entreprises industrielles connaissent une nette dégradation. La demande intérieure et les exportations semblent également peu portuses en 2015 pour l'industrie, contrairement aux services. Les perspectives en termes d'emplois suivent quant à elles des



01.

évolutions parallèles, mais à la baisse. Enfin, les investissements, miroirs de la confiance des entreprises en l'avenir, devraient croître dans le secteur des services et baisser dans l'industrie.

Il ressort de cette enquête Eurochambres que les PME « traditionnelles » luxembourgeoises sont particulièrement inquiètes quant à l'avenir. Or, ces entreprises constituent la colonne vertébrale de l'économie luxembourgeoise et, par conséquent, des mesures de soutien doivent être développées pour aider les entreprises locales à surmonter cette période de faible demande.

RÉFORMES STRUCTURELLES POUR LIBÉRER LA CROISSANCE

Différentes études évaluent les facteurs les plus problématiques pour les entreprises et, bien que les analyses divergent, les conclusions coïncident : difficulté pour recruter de la main-d'œuvre qualifiée, coûts du travail élevés et régulièrement dissociés de la productivité en raison notamment des automatismes réglementaires, droit du travail peu flexible, charges administratives trop importantes malgré les velléités réformatrices, marges sous pression continue, etc.

La Chambre de Commerce estime que, bien que des actions soient déjà entreprises actuellement, les réformes structurelles doivent être poursuivies. Une condition *sine qua non* pour que ces réformes puissent produire leurs effets reste l'établissement de



02.

01. Un train de réformes structurelles est nécessaire pour libérer le potentiel de croissance du Luxembourg.

02. Les pays émergents connaissent un ralentissement structurel de leur croissance.

03. L'Allemagne reste le bon élève européen.



03.

“

La feuille de route des réformes structurelles doit nécessairement s'inscrire dans une politique budgétaire responsable et soutenable.

”

finances publiques soutenables et d'un cadre fiscal efficient, pro investissements, pro croissance et pro incitation au travail. Il importe d'entamer sans tarder la préparation et l'élaboration de la réforme fiscale, afin d'éviter les ajustements « de dernière minute ». Pour ce qui est du volet de la fiscalité des entreprises, la Chambre de Commerce recommande d'anticiper les mesures dans un contexte d'élargissement de la base taxable (imposé par BEPS) et d'adapter à la baisse le taux d'affichage de l'impôt sur le revenu des collectivités, et ceci avec effet au 1^{er} janvier 2016.

La Chambre de Commerce estime que cinq grands chantiers doivent être entrepris avec vigueur en 2015 :

- maîtriser les coûts de production des entreprises ;

- flexibiliser le cadre réglementaire ;
- faciliter le recrutement d'une main-d'œuvre qualifiée ;
- accélérer la diversification économique ;
- développer le carnet d'adresses à l'exportation.

Cette feuille de route de réformes structurelles doit nécessairement s'inscrire dans une politique budgétaire responsable et soutenable (y compris pour ce qui est du volet de la sécurité sociale)².

LE LUXEMBOURG DANS LE « DRIVING SEAT » DE L'EUROPE

Si le Luxembourg doit se réformer, l'Europe n'est pas en reste et doit agir via un trip-tyque coordonné de politiques structurelle, monétaire et budgétaire.

Le Luxembourg prendra la tête du Conseil de l'Union européenne en juillet 2015 pour une durée de six mois. La Chambre de Commerce estime que, si le Luxembourg veut contribuer à moderniser l'Europe, les priorités devraient notamment être les suivantes :

- une politique structurelle visant à donner des impulsions nouvelles aux réformes de l'Union européenne, visant notamment le soutien des PME en Europe et l'achèvement du marché intérieur ;
- une politique budgétaire qui veille à la soutenabilité à terme des finances publiques (réformes des pensions, des régimes de santé, enrayer l'accroissement de l'endettement public, etc.) sans pénaliser une économie européenne déjà bien affaiblie. Cette « quadrature du cercle » passe par un effort d'investissements publics et par un accroissement de la « qualité » des dépenses. ●

1. Lire aussi : www.cc.lu/actualites/detail/comment-eviter-le-surplace-economique

2. Lire aussi : www.cc.lu/actualites/detail/revolution-budgetaire-en-route-vers-des-finances-publiques-soutenables

ANALYSE COMPARATIVE DE COMPÉTITIVITÉ

SUISSE ET ALLEMAGNE : EXEMPLES À SUIVRE ?

Dans le dernier classement **Global Competitiveness Report 2014–2015 (GCR)**¹ publié par le **World Economic Forum (Forum économique mondial, WEF)** fin 2014, le **Luxembourg occupe le 19^e rang mondial des économies les plus compétitives** parmi 144 pays et territoires analysés (148 pays en 2013). La Suisse et l'Allemagne se classent, quant à elles, respectivement à la 1^e et à la 5^e place.

Texte : Affaires économiques, Chambre de Commerce

Photos : David Laurent / agence Willy, Fonds Belval, CRP Gabriel Lippmann

La Suisse, pays qui paraît « comparable » au Grand-Duché sur de nombreuses dimensions (multilinguisme, coût élevé du travail, niveau de vie, petite économie, importance des exportations, solde migratoire élevé, etc.), et l'Allemagne, premier partenaire commercial du Luxembourg, se placent devant le Grand-Duché dans de nombreux classements, notamment en matière de compétitivité au sens large ou encore d'éducation (IMD², PISA³...). Il paraît intéressant, sur la base des résultats du GCR 2014, de dégager quelques *best practices* suisses et allemandes, dans les domaines qui représentent les défis auxquels le Luxembourg fait face.

Une centaine d'indicateurs chiffrés composent le rapport du WEF. Ces indicateurs se basent sur des chiffres officiels (statistiques publiques en matière d'inflation, d'espérance de vie, etc.) et sur des indicateurs issus d'une enquête d'opinion réalisée auprès de chefs d'entreprise et reprenant la note moyenne donnée par ceux-ci (qualité de l'enseignement primaire, flexibilité de la fixation des salaires, etc.).



Classements finaux des trois pays par sous-indice et pilier (GCR 2014)

Global Competitiveness Index (GCI, indice global de compétitivité, classement sur 144 pays)

	Luxembourg	Suisse	Allemagne
GCI 2014–2015	19^e	1^e 	5^e
Conditions de base (20 %)	7^e	4^e 	11^e
Institutions	6^e 	9^e	17^e
Infrastructures	16^e	5^e 	7^e
Environnement macroéconomique	8^e 	12^e	24^e
Santé et enseignement primaire	36^e	11^e 	14^e
Facteurs d'efficacité (50 %)	22^e	5^e 	9^e
Enseignement post-primaire et formation	43^e	4^e 	16^e
Efficacité du marché de biens	5^e 	8^e	19^e
Efficacité du marché du travail	16^e	1^e 	35^e
Développement du marché financier	14^e	11^e 	25^e
Aptitude technologique	1^e 	10^e	13^e
Taille du marché	96^e	39^e	5^e
Vecteurs d'innovation (30 %)	18^e	1^e 	4^e
Sophistication des activités	21^e	2^e 	3^e
Innovation	16^e	2^e 	6^e

Pays classés entre le 1^e et le 10^e

Pays classés entre le 11^e et le 30^e

Pays classés après le 31^e

La formation professionnelle en alternance assure une intégration efficace des étudiants dans le monde du travail.

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.



Les centres de recherche publics et l'Université du Luxembourg bientôt rassemblés sur le campus de Belval.

Tableau 1: Conditions de base

	Luxembourg	Suisse	Allemagne
Conditions de base (20 %)	7^e	4^e	11^e
Institutions	6^e	9^e	17^e
Infrastructures	16^e	5^e	7^e
Environnement macroéconomique	8^e	12^e	24^e
Santé et enseignement primaire	36^e	11^e	14^e

Pays classés entre le 1^e et le 10^e

Pays classés entre le 11^e et le 30^e

Pays classés après le 31^e

Le GCR analyse trois sous-indices, composés chacun de plusieurs piliers de compétitivité, eux-mêmes composés des indicateurs précités. Les trois sous-indices sont les « Conditions de base » (piliers : Institutions, Infrastructures, Environnement macroéconomique, Santé et enseignement primaire) ; les « Facteurs d'efficacité » (piliers : Enseignement post-primaire et formation, Efficacité du marché des biens, Efficacité du marché de travail, Développement du marché financier, Aptitude technologique, Taille du marché) ; et les « Vecteurs d'innovation » (piliers : Sophistication des activités et Innovation).

INFRASTRUCTURES ET ENSEIGNEMENT PRIMAIRE : LE LUXEMBOURG PEUT ENCORE MIEUX FAIRE

Une analyse approfondie des quatre piliers composant les « Conditions de base » (tableau 1) révèle des écarts étonnants. Premier des trois pays en ce qui concerne les « Institutions » et l'« Envi-

ronnement macroéconomique », le Luxembourg se situe derrière la Suisse et l'Allemagne en ce qui concerne les « Infrastructures » et perd encore plus de terrain au niveau de la « Santé et enseignement primaire ». Ces indicateurs sont tirés vers le bas par la « Qualité des infrastructures ferroviaires » (13^e place contre une 2^e pour la Suisse et une 8^e pour l'Allemagne) et surtout la « Qualité des infrastructures du transport aérien » où le Luxembourg est à la 32^e place (9^e pour la Suisse et 13^e pour l'Allemagne). Cependant, avec un record de 2,5 millions de voyageurs ayant transité par l'aéroport de Luxembourg en 2014 et les nombreuses réalisations en cours, il y a bon espoir que ce retard soit en train de se combler.

En matière de « Santé et enseignement primaire » un indicateur présente un retard important par rapport à la Suisse : la « Qualité de l'enseignement primaire » (25^e place contre une 4^e place pour la Suisse). Le système d'enseignement primaire au Luxembourg peine surtout à faire face à la

problématique de la langue d'origine des élèves et de l'intégration de la grande proportion d'enfants d'origine étrangère. Une problématique qui semble moins présente en Suisse, alors qu'on pourrait penser que ce pays est confronté à un défi au moins partiellement comparable (près de 25 % de la population résidente n'a pas la nationalité suisse). En Suisse, le programme d'enseignement des langues, durant la période de scolarité obligatoire (degré primaire et degré secondaire), dépend de chaque canton. La langue d'enseignement est celle de la région linguistique. Cette langue est enseignée comme matière scolaire à laquelle s'ajoute, en général, progressivement l'enseignement au moins d'une deuxième langue nationale et de l'anglais. Les cantons s'engagent notamment à faire enseigner une deuxième langue nationale au plus tard en 3^e année primaire et l'anglais au plus tard en 5^e année. Le choix de la première langue étrangère enseignée est coordonné au plan régional entre les cantons. Des objectifs sont clairement définis pour que le niveau de compétence atteint dans les deux langues étrangères soit équivalent au terme de la scolarité obligatoire. Enfin, les élèves issus de l'immigration sont encouragés à maintenir un lien avec leur langue et culture d'origine, dans le respect de la neutralité politique et religieuse, grâce à des cours spécifiques organisés, financés et gérés par les ambassades des pays d'origine ou par des organismes privés (des associations de parents, par exemple).

EFFORTS ATTENDUS SUR L'ENSEIGNEMENT, LA FORMATION ET LE DROIT DU TRAVAIL

Au chapitre des « Facteurs d'efficacité » (tableau 2), le Luxembourg occupe de bonnes places pour les piliers « Efficacité du marché de travail » (16^e) et « Développement du marché financier » (14^e), une très bonne place pour l'« Efficacité du marché des biens » (5^e), et une excellente première place mondiale pour les « Aptitudes technologiques ».

Les deux piliers qui tirent le Luxembourg vers le bas sont l'« Enseignement post-primaire et formation » (43^e) et la « Taille du marché » (96^e). Il paraît évident que sur ce dernier point, le Luxembourg ne peut pas rivaliser avec l'Allemagne (5^e place), ni même avec la Suisse (39^e place).



- Natation
- Fitness
- Plus de 20 cours sportifs au choix
- Escalade
- Wellness
- Restauration
- Spectacles



Pour une équipe

- + COMBATIVE
- + EPANOUIE
- + PRODUCTIVE

LA CORPORATE COQUE KAART

2 types d'utilisation :

- des cartes au nom de votre entreprise, utilisables par tous vos employés
- des cartes nominatives individuelles

2 types de chargement :

- choisissez les prestations dont vous voulez faire bénéficier vos collaborateurs
- créditez les Corporate Coque Kaart du montant de votre choix et laissez vos collaborateurs les utiliser librement



www.coque.lu
Business solutions

2, rue Léon Hengen • L-1745 Luxembourg • Tél. +352 43 60 60 211 • www.coque.lu



Les 10 best practices de la Suisse et de l'Allemagne

01. Droit du travail : grande souplesse laissée aux parties au contrat de travail.

02. Formation en alternance : grande correspondance entre l'offre et la demande sur le marché du travail, moins de chômage des jeunes.

03. Formation de scientifiques et d'ingénieurs in-house, grandes écoles, industries prêtes à employer cette main-d'œuvre.

04. Grande importance des PME (backbones de l'économie).

05. Économie diversifiée : tissu industriel composé d'entreprises actives dans des domaines très variés.

06. Nation branding, bonne image de marque (Deutschland: Land der Ideen ; made in Switzerland, gage de qualité).

07. Innovation et R&D : grande coopération public-privé, qualité des instituts de recherche.

08. Bonnes conditions-cadres garanties par l'État : les infrastructures, les systèmes d'éducation et de santé sont d'excellente qualité.

09. Enseignement des langues en Suisse : niveau de compétence équivalent dans deux langues (dont une nationale) au terme de la scolarité obligatoire.

10. Finances publiques : frein à l'endettement ancré dans la Constitution (Suisse : depuis 2000 ; Allemagne : depuis 2009).



01.

Le pilier « Enseignement post-primaire et formation », en revanche, est traditionnellement faible au Luxembourg. Il s'avère que ce pilier est pénalisé par la non prise en compte d'une spécificité luxembourgeoise : le nombre élevé d'étudiants résidents scolarisés à l'étranger, notamment aux niveaux secondaire et tertiaire⁴. Cependant, il existe des indicateurs pour lesquels la marge de progression est réelle. Ainsi, la Suisse est en tête du classement pour quatre des huit indicateurs du pilier « Enseignement post-primaire et formation » : « Qualité du système d'éducation », « Qualité des écoles de management », « Disponibilité d'offres de recherche et formation » et « Proportion de formation du personnel »⁵. Autant de facteurs sur lesquels le Luxembourg peut plancher et s'améliorer. En Suisse et en Allemagne, le système de formation

professionnelle dit *dual* (formation en alternance en entreprise / école) occupe une place importante dans l'univers éducatif et jouit d'une reconnaissance sociétale importante. En Allemagne, plus de la moitié des élèves du secondaire d'une année (2012 : 55,7 %) commencent une formation en alternance. Ces formations sont couramment associées à une intégration à temps partiel en entreprise, par le biais d'un stage, d'un apprentissage ou d'un emploi régulier. Ces expériences assurent une intégration efficace des étudiants dans le monde du travail, et contribuent à leur apporter un haut degré d'expertise dans leur secteur d'activité. Dans la plupart des cas, les jeunes en formation en alternance se voient proposer un emploi dans l'entreprise à la fin de leur cycle d'études. Cela contribue à maintenir un taux de chômage

des jeunes très faible dans les deux pays (7,7 % des < 25 ans en Allemagne en octobre 2014 et 3,1 % en Suisse, contre 15,6 % au Luxembourg) et assure une meilleure compatibilité des diplômés avec les besoins effectifs du marché. Les jeunes sont ainsi formés *in-house*, sur le territoire national, ce qui rend les entreprises moins dépendantes de main-d'œuvre étrangère, comme c'est le cas au Luxembourg.

Par ailleurs, en Suisse comme en Allemagne, les élèves du second cycle effectuent assez généralement des stages d'orientation en entreprise dits « *Schnupperpraktika* » ayant pour objectif de leur donner une expérience de la vie active ainsi que des pistes pour choisir leur futur métier.

En ce qui concerne l'« Efficacité du marché de travail » le rang du Luxembourg (16^e place) est enviable si on le compare à celui de l'Allemagne (35^e place). Mais c'est bien la Suisse qui est championne sur ce critère.

Le droit du travail suisse se caractérise par une grande flexibilité, qui laisse une large part au droit contractuel, relativement peu d'intervention étatique et l'absence de salaire minimum légal. Les négociations entre partenaires sociaux via les conventions collectives (heures de travail, congés), laissent une importante marge de manœuvre aux entreprises. Une grande souplesse est laissée aux parties au contrat de travail, ce qui laisse aux acteurs les plus proches du terrain la plus grande latitude d'action possible en matière de fixation des salaires, de temps de travail et, de manière générale, de conditions de travail. De la sorte, la gestion de la main-d'œuvre s'ajuste au mieux aux volumes de commandes et aux fluctuations du marché.

Tableau 2 : Facteurs d'efficacité

	Luxembourg	Suisse	Allemagne
Facteurs d'efficacité (50 %)	22^e	5^e	9^e
Enseignement post-primaire et formation	43 ^e	4 ^e	16 ^e
Efficacité du marché de biens	5 ^e	8 ^e	19 ^e
Efficacité du marché du travail	16 ^e	1 ^e	35 ^e
Développement du marché financier	14 ^e	11 ^e	25 ^e
Aptitude technologique	1 ^e	10 ^e	13 ^e
Taille du marché	96 ^e	39 ^e	5 ^e

Pays classés entre le 1^e et le 10^e

Pays classés entre le 11^e et le 30^e

Pays classés après le 31^e

01. Dans la plupart des cas, les jeunes en formation en alternance se voient proposer un emploi dans l'entreprise à la fin de leur cycle d'études.

02. La note du Luxembourg pour sa « Disponibilité d'ingénieurs et de scientifiques » demeure inquiétante.



02.

Tableau 3 : Vecteurs d'innovation

	Luxembourg	Suisse	Allemagne
Vecteurs d'innovation (30 %)	18^e	1^e	4^e
Sophistication des activités	21 ^e	2 ^e	3 ^e
Innovation	16 ^e	2 ^e	6 ^e

Pays classés entre le 1^e et le 10^e

Pays classés entre le 11^e et le 30^e

Pays classés après le 31^e

Selon le rapport annuel de la compétitivité 2013 de l'IMD, « *La Suisse est toujours restée résiliente face aux cycles économiques et à la crise (3^e). De plus, le coût du capital encourage le développement des affaires (1^e) et les incitations d'investissement sont attrayantes pour les investisseurs étrangers (3^e). La réglementation flexible du travail stimule aussi les activités économiques (4^e) selon les entreprises interrogées. Ces derniers sélectionnent aussi un régime fiscal compétitif et un haut niveau d'éducation comme facteurs-clés d'attractivité.* » La Suisse a surtout su s'imposer comme une « économie de talents » qui répond aux besoins des entreprises et du marché dans une économie très diversifiée ayant trouvé ses « niches » dans les technologies de luxe. Son système éducatif, valorisant toutes les filières et le transfert de connaissances entre les entreprises et les universités (2^e), lui permet de maintenir des taux de chômage bas. L'excellent *nation branding* (le *made in Switzerland* étant gage de qualité) et davantage de cohésion sociale sont d'autres facteurs cités par les entreprises. Autant d'éléments qui peuvent servir d'inspiration au Grand-Duché.

INNOVATION : LUXEMBOURG CHERCHE INGÉNIEURS ET SCIENTIFIQUES

Quand on considère les « Vecteurs d'innovation », enfin (tableau 3), on constate que la Suisse mène le classement et que l'Allemagne se positionne à la 4^e place. Le Grand-Duché, lui, « traîne » à la 18^e place et se situe loin derrière les deux autres pays pour les indicateurs « Sophistication des activités » (21^e) et « Innovation » (16^e).

Au niveau de sa capacité d'innovation, le Luxembourg a progressé de deux places depuis 2013 (9^e rang). Pourtant, la note du Luxembourg pour sa « Disponibilité d'ingénieurs et de scientifiques » demeure inquiétante malgré un gain de 10 places (52^e place), illustrant la grande dépendance vis-à-vis de l'étranger et la difficulté à attirer la main-d'œuvre étrangère qualifiée. Il s'avère en outre que les entreprises luxembourgeoises participant à l'enquête, sur toile de fond d'incertitudes quant aux évolutions économiques à moyen terme, sont en moyenne plus hésitantes à réaliser des « Investissements en matière de R&D » et

reculent sur ce critère (-3 places ; 16^e rang) contrairement à leurs homologues suisses, qui mènent le panel à l'échelle mondiale, et allemandes, qui se trouvent à la 5^e place. Le Luxembourg pourrait encore intensifier ses efforts en ce qui concerne la « Coopération universités-industrie en matière de R&D » (18^e place contre une 3^e pour la Suisse et une 10^e pour l'Allemagne) et peut encore améliorer la « Qualité de ses instituts de recherche scientifique » (26^e place contre une 1^e pour la Suisse et une 8^e pour l'Allemagne). Les grandes manœuvres et les fusions en cours actuellement dans le paysage de nos centres de recherche publics vont certainement dans le sens de l'efficacité souhaitée.

Il importe de rappeler la forte pondération des indices « Facteurs d'efficacité » et « Vecteurs d'innovation » dans la note finale pour chaque pays, le Luxembourg, la Suisse et l'Allemagne étant des économies matures où les conditions de base sont censées être en place et où la différenciation se joue de plus en plus sur les facteurs immatériels (cadre réglementaire, éducation, formation, RDI, etc.). ●

Note : le présent article, en proposant une analyse comparative en matière de compétitivité entre trois pays sur base d'une étude réalisée à l'automne 2014, ne prend pas en compte les dernières évolutions structurelles impactant les pays en question (accords bipartites au Luxembourg, très forte appréciation du franc suisse début 2015, etc.).

Notes explicatives :

1. World Economic Forum, *The Global Competitiveness Report 2014-2015*, disponible sous : www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf

2. IMD, *2014 World Competitiveness Yearbook*, disponible sous : www.imd.org/wcc/news-wcy-ranking

3. OCDE, étude PISA 2012, disponible sous : www.oecd.org/pisa/keyfindings/pisa-2012-results.htm

4. L'indicateur du « taux de scolarisation dans l'enseignement tertiaire », qui tire le classement de ce pilier vers le bas (95^e rang mondial), ne prend pas en compte les résidents étudiant à l'étranger, ce qui pénalise le classement du Luxembourg par rapport à ses pairs.

5. Cet indicateur est basé sur la question posée aux entreprises : « In your country, to what extent do companies invest in training and employee development? »

L'information continue

La version intégrale de cette analyse comparative est disponible sur www.cc.lu.

ALLOCATIONS FAMILIALES

CE QUI VA CHANGER

Généralement versées à l'occasion d'événements familiaux (maternité, congé parental et naissance, crèche, rentrée scolaire, allocations familiales et boni pour enfants, etc.), la plupart des prestations familiales visent à alléger les coûts occasionnés par la présence d'enfants au sein d'une famille. Nous proposons un survol des différentes prestations et un point complet sur les allocations familiales, qui ont récemment fait l'objet d'une réforme d'envergure.

Texte : Affaires économiques, Chambre de Commerce

En 2013, les prestations familiales se montaient selon l'IGSS (Inspection générale de la Sécurité sociale) à 1.083 millions d'euros, soit à 2,4 % du PIB. Ce montant et sa répartition (graphique 1) vont connaître une mutation d'envergure en 2015. Dans le cadre du budget 2015, le gouvernement a en effet présenté une série de mesures : une rationalisation des allocations familiales et prestations assimilées (boni pour enfants), la disparition de l'allocation d'éducation (sauf pour les bénéficiaires actuels), une légère adaptation des majorations d'âge et des allocations de rentrée scolaire moins généreuses, sauf pour les ménages comptant un seul enfant. Ces mesures d'économie s'accompagnent cependant d'efforts accrus en matière de structures d'accueil d'enfants de trois ans ou moins, d'une « flexibilisation » projetée

du congé parental et d'une redynamisation de l'évolution des prestations familiales.

Les allocations familiales et le boni pour enfants représentent l'essentiel des prestations familiales (82,5 % du total en 2013). Ces deux prestations considérées ensemble s'établissaient en moyenne à 3.548 euros par enfant bénéficiaire en 2013 – ce qui correspond à 296 euros mensuels.

Pour rappel, le boni pour enfants est un crédit d'impôt payé par la Caisse nationale des prestations familiales (CNPF), qui a remplacé en 2007 une modération de l'impôt sur les traitements et salaires.

D'UN PROFIL PROGRESSIF À UN PROFIL « PLAT »

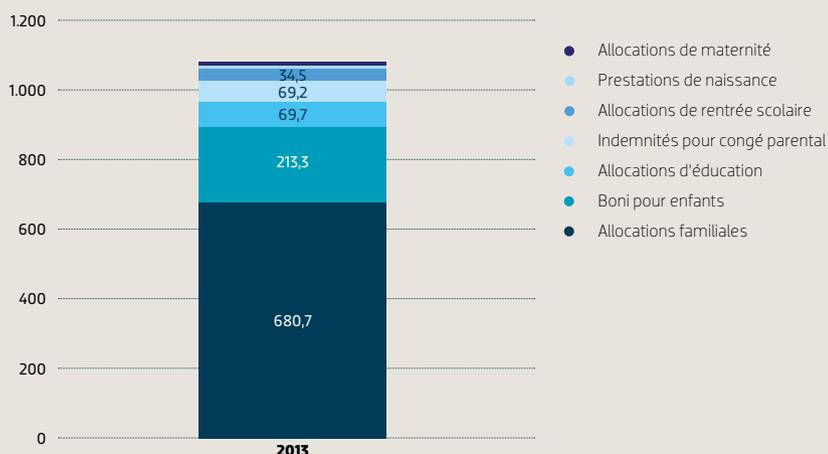
Dans le cadre du projet de budget 2015, le gouvernement a prévu de nouvelles règles



En 2015, les allocations de rentrée scolaire seront moins généreuses.

Graphique 1 : Répartition des prestations familiales en 2013

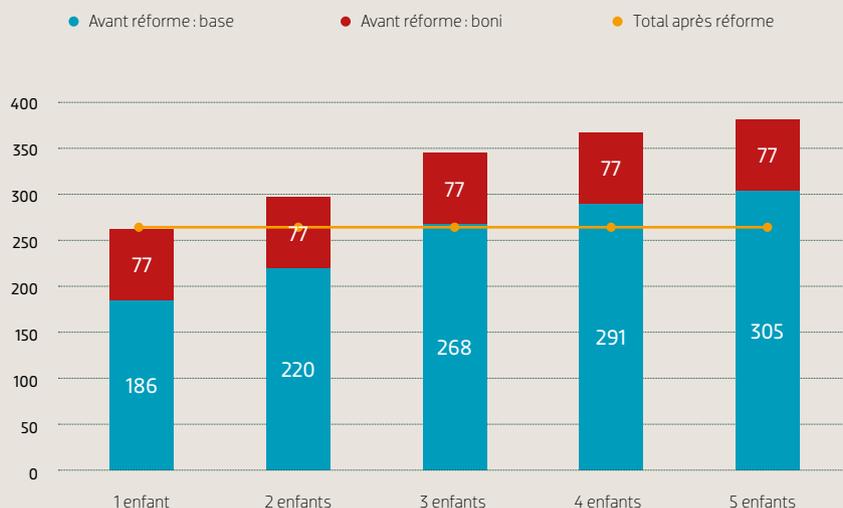
En millions d'euros



Source : IGSS, Rapport général sur la Sécurité sociale 2013

de calcul des allocations familiales, qui ne seront cependant que graduellement introduites à partir de l'été 2015. Seuls les enfants nés après la réforme ou dont les parents sont arrivés au Luxembourg, comme résidents ou frontaliers, après cette dernière seront concernés. Cette réforme touche notamment les suppléments d'âge (16,17 euros de plus par mois avant la réforme pour les enfants entre 6 et 12 ans et 48,52 euros pour les 12 ans et plus), qui seront légèrement modifiés (respectivement 20 et 50 euros). Par souci de simplification, il est fait abstraction de ces suppléments d'âge dans les lignes qui suivent.

Le principal aspect de la réforme est résumé dans le graphique 2. Les histogrammes du graphique dépeignent la situation prévalant avant la mise en œuvre, prévue pour l'été 2015, des nouvelles règles.



Source : Projet de budget 2015.
Note : Par souci de simplification, tous les montants figurant dans l'article sont arrondis.

Graphique 2 : Montant moyen des allocations familiales par enfant

En euros par mois et par enfant

Les familles bénéficient dans le cadre de ce système « pré-réforme » d'allocations familiales croissant plus que proportionnellement au nombre d'enfants (en principe, seuls les enfants de moins de 18 ans bénéficient d'allocations). Les allocations familiales atteignent avant réforme 186 euros pour le 1er enfant, mais 220 euros par enfant pour deux enfants et 305 euros par enfant dans une famille comptant cinq enfants. À ces montants s'ajoute le boni pour enfants, invariablement égal à 77 euros par enfant (partie rouge des bâtonnets du graphique).

À titre d'exemple, une famille comptant un enfant peut compter sur 262 euros avant la réforme (186 + le boni de 77 euros). Une famille abritant deux enfants reçoit quant à elle un total de 594 euros (deux fois 297). Enfin, une famille regroupant cinq enfants bénéficie d'allocations familiales et de

bonis à concurrence de 1.911 euros par mois (cinq fois 382 euros).

Le système résultant de la réforme, qui devrait être mis en œuvre à l'été 2015, est beaucoup plus simple, comme illustré par la « courbe » plate représentée en orange dans le graphique. L'allocation familiale de base est désormais identique quel que soit le rang de naissance de l'enfant : elle est invariablement égale à 265 euros par mois et par enfant. Une autre source de simplification est la suppression (ou plutôt l'intégration aux allocations stricto sensu) du boni pour enfants. Une famille avec un enfant bénéficiera donc, grâce à la réforme, de 265 euros par mois (soit un peu plus qu'actuellement dans ce cas précis), tandis que la famille de cinq enfants devra se contenter de 1.325 euros par mois contre 1.911 avant réforme.

Le profil « plat » caractérisant désormais les allocations paraît logique sur un plan purement économique. Les ménages bénéficient en quelque sorte d'économies d'échelle à mesure que le nombre d'enfants s'accroît, de sorte que chaque enfant additionnel tend à occasionner moins de frais au ménage. Sur un plan purement conceptuel, ces économies d'échelle plaideraient pour des allocations plus basses (dégressives) pour les enfants successifs. Cependant, deux facteurs jouent plutôt dans l'autre sens. En premier lieu, à partir d'un nombre donné d'enfants, le logement initial des parents finira par être saturé. Il importera donc d'accéder à un logement plus grand, avec à la clé un brusque saut potentiel des dépenses. Il convient cependant de noter que ce coût, dans le cas d'une acquisition, ne doit pas nécessairement être couvert, car il s'accompagne d'une augmentation de la

“

Les allocations familiales et le boni pour enfants représentent l'essentiel des prestations familiales.

”

“
L'allocation familiale de base
est désormais identique
quel que soit le rang de
naissance de l'enfant.
”



Photo : Editpress / Alain Rischard

L'accord du 28 novembre 2014 entre le gouvernement et les syndicats réintroduit un lien automatique entre montants des prestations familiales et évolution du salaire médian.

valeur des actifs du ménage (le bien immobilier est susceptible d'être revendu plus tard). En outre, le coût immobilier additionnel ne va pas augmenter linéairement. Il va plutôt se traduire par un saut brutal à partir d'un nombre d'enfants donné, de sorte qu'une augmentation linéaire des allocations ne permettra pas réellement de compenser le surcoût. Serait plus efficace à cet égard une politique du logement plus proactive, qui soit à même de réduire le coût général du logement.

L'autre argument plaçant en théorie en faveur de la progressivité des allocations s'inscrit dans une perspective nataliste : en augmentant les allocations à mesure que le nombre d'enfants s'accroît, elle permettrait d'accroître le nombre de naissances. Cet argument peut, à son tour, être discuté. Le montant total des allocations familiales pour une famille comptant cinq enfants (compte non tenu des suppléments d'âge) serait de 1.325 euros par mois

suite à la réforme gouvernementale (système « plat »), contre 1.911 euros précédemment (système progressif). Il est plus que douteux qu'un montant additionnel de l'ordre de 586 euros par mois (moins de 120 euros par enfant) incite réellement un ménage à avoir cinq enfants. Ce sont plutôt des considérations familiales et socioéconomiques qui vont déterminer les choix des ménages quant au nombre d'enfants.

Nombre de démographes affirment d'ailleurs qu'il n'existe pas de liens très marqués entre la générosité des allocations familiales et la natalité et que leur incidence sur la participation des femmes au marché du travail est négative. L'offre de garde d'enfants serait plus déterminante à cet égard, ce qui va dans le sens de la réforme gouvernementale.

Au final, le passage consacré par la réforme d'un profil progressif à un profil plat semble tout à fait justifié. Reste à voir si « le jeu en vaut la chandelle » sur le plan budgétaire.

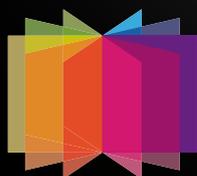
Le graphique 2 suggère que la réforme devrait à terme générer de substantielles économies, la ligne orange « après réforme » étant nettement inférieure aux histogrammes « avant réforme » à partir de deux enfants. Ainsi, l'économie budgétaire pour une famille de cinq enfants serait de 586 euros. Ce constat doit cependant être nuancé à deux égards.

QUELLES ÉCONOMIES POUR L'ÉTAT ?

D'une part, le montant des allocations (boni intégré) serait pratiquement inchangé pour une famille accueillant un seul enfant. D'autre part, la baisse serait assez modeste pour une famille comptant deux enfants (-64 euros par rapport à la situation d'avant réforme). Or ces deux cas sont, de loin, les plus courants : le nombre moyen d'enfants par ménage résident était de 1,73 en 2013. Par ailleurs, l'économie ne sera que très graduellement engrangée par l'État, car

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

“
Seuls les enfants naissant
ou arrivant après l'entrée
en vigueur de la réforme
seront concernés.
”



02.

01. La progressivité des allocations familiales permet-elle d'accroître le nombre de naissances ?
02. Les familles de un ou deux enfants sont les modèles les plus courants au Luxembourg.

seuls les enfants naissant ou arrivant après l'entrée en vigueur de la réforme seront touchés, les autres enfants bénéficiant toujours de l'ancien système.

Selon les estimations gouvernementales intégrées au projet de budget 2015, les économies budgétaires induites par la mesure se monteraient à 2,5 millions d'euros en 2015. L'économie monterait en puissance par la suite, pour atteindre 17,3 millions d'euros en 2018. Ces économies seraient cependant contrebalancées par la dynamisation des allocations, comme indiqué ci-dessous.

LA « DYNAMISATION » DES ALLOCATIONS FAMILIALES

Depuis l'accord tripartite d'avril 2006, les prestations familiales de la CNPF (Caisse nationale des prestations familiales) n'étaient plus indexées aux prix, ce qui semblait justifié compte tenu du niveau

élevé des prestations luxembourgeoises en comparaison internationale. Au surplus, les allocations familiales ne sont qu'imparfaitement ciblées sur un plan social, puisqu'elles sont indépendantes du revenu disponible. Une réforme sociale et économiquement pertinente devrait viser la sélectivité sociale, et non instaurer de nouveaux automatismes profitant indistinctement à toutes les classes de revenus.

Or selon les termes de l'accord du 28 novembre 2014 entre le gouvernement et les syndicats, de tels automatismes vont être réintroduits : « À partir de la mise en vigueur des nouvelles dispositions légales, les montants des prestations familiales seront périodiquement adaptés en tenant compte de l'évolution de la valeur relative des prestations familiales en nature et en espèces par rapport à l'évolution du salaire médian. Dès lors qu'un écart à définir est constaté, une adaptation de la valeur de ces prestations est déclenchée au

1^{er} janvier de l'année qui suit celle au cours de laquelle l'écart a été constaté. »

Le coût précis de cette liaison au salaire médian est difficile à estimer tant que ses modalités précises n'auront pas été déterminées. Le coût potentiel est cependant important. À titre d'illustration, si la liaison au salaire médian était intégrale et si ce dernier augmentait de 2,5 % l'an, le coût budgétaire additionnel excéderait 20 millions d'euros chaque année pour les seules allocations familiales et ce par rapport à une situation où les allocations familiales demeureraient constantes. L'impact budgétaire potentiel lié à la dynamisation excéderait donc largement l'incidence de la réforme des allocations familiales. Une fois de plus, « le diable est dans les détails ». ●

¹ Voir par exemple Luci A., D'Albis H., (2013), Pour une politique familiale efficace, Problèmes économiques, Documentation française, 2013, pp. 53-59.



LUXEMBOURG Congrès

Réunions | Séminaires | Congrès | Évènements

DÉCOUVREZ

ORGANISEZ

OFFRES



Pour plus d'informations sur
nos prestations et nos offres
visitez notre site web.

www.luxcongress.lu



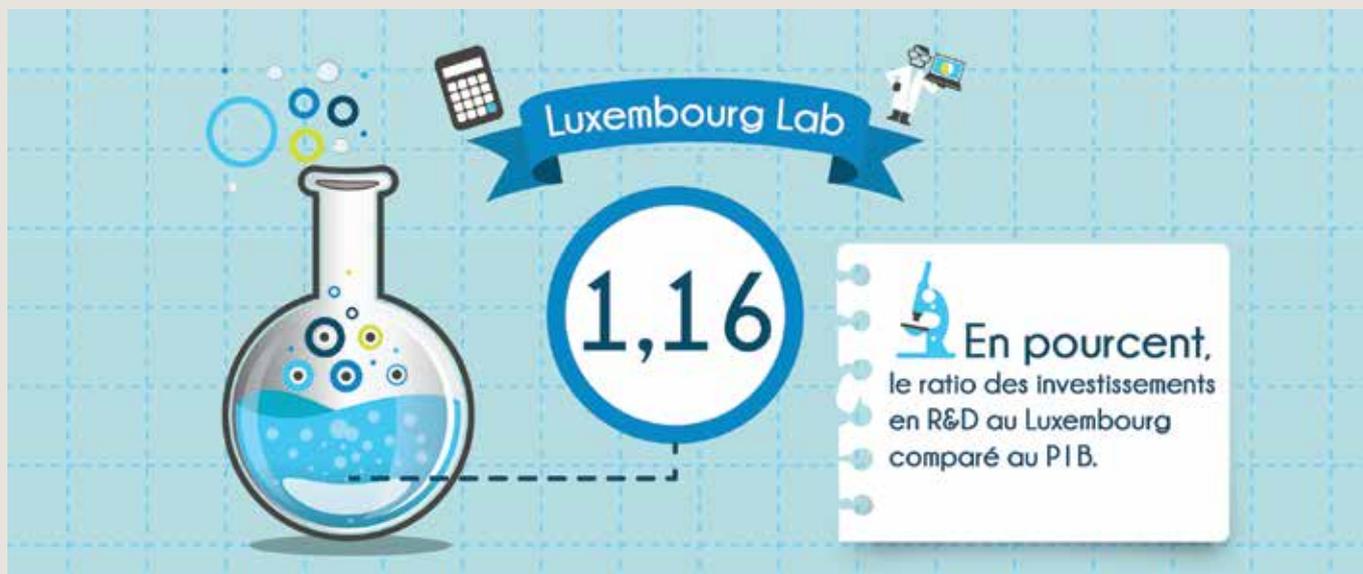


Illustration : Pierre Guersing

RECHERCHE EN QUÊTE DE DÉVELOPPEMENT

« Investir dans la recherche et dans les nouvelles technologies, ce n'est pas une fin en soi ! Nous visons à ériger un nouveau pilier pour notre économie et nous souhaitons créer des emplois » – ce sont les mots de Pierre Gramegna, ministre des Finances, lors de la présentation du budget de l'État pour l'année 2015.

L'enveloppe que le Luxembourg dédie à la R&D peut sembler élevée. Malgré la crise, elle a évolué favorablement : de 28 millions d'euros en 2000 à 310 millions d'euros en 2014. La part de la recherche publique est passée de 7,5 % du total des dépenses en faveur de la R&D, en 2000, à 32,3 % en 2010. Le signal du gouvernement est clair : promouvoir la R&D et soutenir la diversification économique sur le long terme.

Toutefois, l'objectif fixé par la stratégie Europe 2020 est loin d'être atteint : alors que le Luxembourg souhaite porter ses investissements R&D à un niveau se situant entre 2,3 % et 2,6 % du PIB à l'horizon 2020 (2,0 % en 2015), il n'atteint actuellement qu'un taux de 1,16 %. Ceci est inquiétant non seulement parce que le Grand-Duché se situe ainsi en dessous de la moyenne européenne (2,02 %), mais surtout en raison d'une tendance négative sur la période 2004-2013 (1,63 % en 2004) qui n'a été observée que dans deux autres États membres, la Croatie et la Suède. ●



Dr Marc Schiltz,
secrétaire général,
Fonds national de la
recherche Luxembourg

UN INCONTOURNABLE POUR LE LUXEMBOURG

Ce chiffre est en retrait comparative-ment aux pays les plus avancés en matière de recherche et d'innovation (2,8 % pour l'Allemagne et les États-Unis ; 3,0 % pour la Suisse ; 2,1 % pour Singapour). Les efforts d'investissement dans la R&D doivent donc être soutenus pour porter leurs fruits à long terme. C'est indispensable si on vise le développement de la recherche et de l'innovation technologique comme futur pilier de la diversification économique.

Ce qui est inquiétant, c'est la baisse continue des investissements privés. Heureusement, les investissements publics ont eux augmenté, en particulier les investissements dans les programmes des Centres de recherche publics (CRP) et de l'Université, qui sont en passe de devenir la véritable locomotive de la R&D au Luxembourg. Pour créer un impact économique, il convient de renforcer les partenariats entre cette recherche publique et les entreprises innovantes.



Jacques Lanners,
coprésident
du directoire, Ceratizit

RECHERCHE FONDAMENTALE ET RECHERCHE APPLIQUÉE SONT NÉCESSAIRES

La R&D comprend deux aspects : la recherche de nouvelles connaissances fondamentales qui n'ont peut-être pas d'intérêt industriel à court terme et le développement de solutions pour les problèmes d'aujourd'hui ou de demain. Ces deux aspects sont très importants et sont liés : la recherche est à la base du développement de nouveaux produits, générant un profit qui peut financer partiellement la recherche. D'un point de vue industriel, il est important de disposer des deux parties de la R&D pour rester ou bien accéder à la pointe de la technologie, la base pour assurer la survie des entreprises. Les emplois qui en découlent ne sont pas seulement ceux directement liés à la R&D mais aussi ceux de la production proprement dite. En effet, seules les entreprises qui peuvent se différencier avec des produits ou services novateurs sur leur marché seront amenées à grandir dans les temps de crises.



Adrien Ney lit *City Mag* depuis 2009. **Merci**

ANNIVERSAIRE

TOUT JUSTE UN AN!

La Fondation IDEA fête sa première année d'existence. Une année qu'elle qualifie volontiers « d'exceptionnelle », jalonnée de nombreux événements et projets.

Texte : Fondation IDEA asbl

Photos : Pierre Guersing

À l'occasion de son premier anniversaire, la Fondation IDEA tire un premier bilan enthousiaste et positif de ses premiers mois d'existence, riches d'activités. L'équipe a en effet proposé au travers de nombreux projets tels que son avis annuel, ses blogs et ses idées du mois, des analyses rigoureuses et fouillées qui bénéficient d'une audience croissante au fil des mois et ce, sans jamais tomber dans la facilité de la petite phrase ou de la polémique stérile.

IDEA se voit également et avant tout comme un laboratoire d'idées ouvert sur l'extérieur. IDEA n'a ainsi pas manqué, durant cette année écoulée, de « provoquer » le dialogue et le débat d'idées. Sur son site internet, la rubrique « Billet invité » est alimentée par des contributions extérieures. De plus, la Fondation souligne que le succès de ses « Matinales » (sur le *nation branding* et la culture) a reposé principalement sur les échanges fructueux entre le public et les invités d'honneur.

Bien déterminée à poursuivre tous ses projets et ses réflexions sur l'économie du Luxembourg, la Fondation IDEA compte sur tous ceux qui la connaissent déjà, pour continuer à la suivre sur les réseaux sociaux, à envoyer leurs commentaires, à compléter les analyses pour les rendre plus pertinentes et plus utiles encore pour le développement du Luxembourg.

Enfin, entre autres perspectives d'avenir, IDEA espère encore agrandir le cercle de ses lecteurs, de ses abonnés à sa newsletter (www.fondation-idea.lu) pour envisager ensemble le futur socio-économique du Grand-Duché. ●



01.

01. Matinale IDEA sur les résolutions culturelles à l'agence « Jardin du Luxembourg » de BGL BNP Paribas.



02.

02. Tout IDEA dans un site : retrouvez les avis, les blogs, les idées du mois et les vidéos sur www.fondation-idea.lu.



L'ensemble de nos travaux publiés en 2014 a été compilé dans un Yearbook qui peut être commandé gratuitement auprès d'IDEA par simple envoi d'un e-mail à info@fondation-idea.lu. Il peut également être téléchargé sur notre site internet www.fondation-idea.lu.

Les chiffres-clés d'IDEA en 2014 :

Publications :

32 documents publiés dont un avis annuel, cinq idées du mois, une étude sur le système de santé, trois billets invités.

Propositions :

24 propositions de réformes et de politiques publiques formulées.

Événements :

Trois événements (une conférence de lancement et deux matinales).

E-communication :

3.056 téléchargements de publications IDEA

10.408 visiteurs uniques sur le site www.fondation-idea.lu

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



**Nouvelle
formule**

Constructions classes
AAA et rénovation
énergétique



Conception et layout: apart © Photo: Andrés Lejona

20
mars

21
mars

22
mars

myenergy days 2015

le salon de l'énergie dans la construction

Luxexpo / Kirchberg

www.myenergydays.lu



myclimate
Environnement climatiquement neutre



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG



LE CHAMBRE DE
COMMERCE ET D'INDUSTRIE
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG



LE CHAMBRE DES
ARCHITECTES DU GRAND-DUCHÉ
DE LUXEMBOURG



LE CHAMBRE DES
INGÉNIEURS DU GRAND-DUCHÉ
DE LUXEMBOURG



Fedil



Service des sites et
infrastructures nationales



CHAMBRE DE
CONSTRUCTION



PROJET
COFINANÇÉ
PAR L'UNION
EUROPÉENNE



IFSB

ZONE EURO

DÉFLATION, BOMBE À RETARDEMENT ?

La crainte suscitée par le « spectre japonais » de la déflation a été ravivée par l'évolution récente des prix à la consommation au sein de la zone euro, où le taux d'inflation en glissement annuel s'est établi à - 0,6% en janvier 2015. Peut-on réellement parler de déflation ? Pourquoi convient-il absolument d'éviter un tel épisode ? Connaissions-nous une situation « à la japonaise » ?

Texte : Fondation IDEA asbl, Chambre de Commerce

L'inflation annuelle est désormais négative en zone euro, à - 0,6% en janvier 2015. Ce taux négatif résulte du recul marqué des prix de l'énergie, l'inflation hors énergie étant toujours positive. La désinflation se diffuse cependant à d'autres segments de l'indice des prix que l'énergie. En outre, la moyenne de la zone euro cache certaines évolutions nationales plus négatives encore. On citera notamment le Luxembourg, avec -1,2% en glissement annuel en janvier 2015 (indice harmonisé). Les indicateurs évoluent donc en sens divers et la zone euro se trouve à la croisée des chemins en matière de déflation.

UNE DÉFLATION SERAIT-ELLE DANGEREUSE ?

La déflation — ou même de très faibles taux d'inflation — affecte l'économie via divers canaux, souvent autoréalisateurs. Le phénomène de déflation peut facilement s'ancrer au cœur de l'économie.

En période déflationniste, les ménages et les entreprises peuvent différer leurs achats, pensant profiter plus tard de prix moins élevés. L'importance de ce canal est cependant souvent exagérée. Pour qu'il soit réellement opérant, il faudrait en effet que le recul des prix soit très prononcé.

Un canal potentiellement plus préoccupant est celui du niveau d'endettement des ménages ou des entreprises. En situation de déflation, ce niveau tend en effet à augmenter plus rapidement que les ressources res-

PIB en volume

Base 100 = année t (1997 pour le Japon et 2008 pour la zone euro)



Source : Base de données Ameco de la Commission européenne

pectives de ces acteurs, par exemple le revenu disponible des ménages ou le chiffre d'affaires des entreprises.

Afin de maintenir leurs finances à flot, ils se trouvent alors devant trois possibilités : (1) ils diminuent leur consommation ou leurs investissements, (2) ils procèdent à des ventes d'actifs, qui voient dès lors leurs cours chuter en raison de la simultanéité des ventes. La chute des cours induit à son tour une diminution de la richesse financière des ménages et entreprises et une dévalorisation du portefeuille des banques, (3) les ménages ou entreprises sont contraints de faire défaut, ce qui pénalise leurs créanciers bancaires, donc l'octroi de crédits.

La déflation rehausse de la même façon les ratios d'endettement public. Les autorités doivent dès lors accentuer de manière procyclique les efforts budgétaires.

Enfin, en cas de déflation, les entreprises subissent une moins-value sur leurs stocks et en conséquence une diminution de leurs marges. Elles font en outre face à une plus grande rigidité des salaires réels.

Ces différentes conséquences tendent à se renforcer mutuellement. C'est pourquoi il convient absolument d'éviter tout phénomène de déflation.

UNE ÉVOLUTION « À LA JAPONAISE » ?

Il existe un important point commun entre la zone euro actuelle et le Japon à partir de 1997, illustré par le graphique montrant le PIB en volume, exprimé en base 100

l'année t (t = 1997 au Japon, t = 2008 en zone euro) — soit l'année précédant la première année de décroissance. Il est frappant de constater qu'en termes d'activité économique sinon d'inflation (les séries de prix sont pour leur part divergentes), la zone euro connaît déjà de 2009 à 2014 une situation « à la japonaise ».

Un élément important distingue cependant les deux épisodes. Alors que le yen est demeuré globalement assez fort tout au long de l'épisode japonais de déflation, la situation est bien différente au sein de l'actuelle zone euro. La dépréciation marquée de l'euro enregistrée depuis mai 2014 est de nature à atténuer les risques d'ancrage de la déflation dans la zone euro. Les mesures annoncées par la BCE le 22 janvier 2015, en particulier le programme de rachats d'actifs financiers à hauteur de 60 milliards d'euros par mois, sont également susceptibles de changer la donne.

Une vigilance de tous les instants s'impose toutefois en matière de déflation, le phénomène pouvant aisément prendre un tour autoréalisateur. En outre, le recul moyen des prix japonais n'a été que de 0,3% l'an, de 1998 à 2011. La déflation n'a donc pas besoin d'être très marquée pour produire des effets délétères... ●

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

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



VIVIANE REDING

« TISA EST UN MUST POUR NOTRE PAYS! »

Les négociations sur le Trade in Services Agreement (Tisa) suscitent autant d'espoirs que d'inquiétudes. Pourtant, les informations sur ce nouvel accord international visant à ouvrir les marchés de services et à harmoniser les règles afférentes sont rares. Viviane Reding, rapporteur du Parlement européen sur le Tisa, a accepté de lever le voile sur un dossier qui revêt une importance capitale pour le Luxembourg.

Interview : Patrick Ernzer - Photos : Gaël Lesure

Les négociations sur le Trade in Services Agreement (Tisa) vont prochainement entrer dans leur 10^e tour. Quel est l'objectif du Tisa et où en sont les négociations ?

« Tisa est probablement l'accord international le plus vaste jamais négocié. Les 23 pays participant aux négociations (l'UE comptant pour un) représentent 68 % des services mondiaux. Débutées en avril 2013, les négociations portent sur l'ensemble des secteurs de services, du numérique au transport en passant par les services financiers. C'est pourquoi l'intérêt économique et la portée politique de ces négociations sont sans égal.

Plus précisément, les deux objectifs principaux de ces négociations sont l'ouverture accrue des marchés de services, chaque pays étant libre de choisir quels secteurs il entend ouvrir et dans quelle mesure, et l'édiction de règles internationales communes pour ces mêmes secteurs. L'objectif est que l'Europe soit plus compétitive et plus protectrice. Ni protectionnisme, ni libéralisme, mais l'édiction de règles internationales solides dans l'intérêt de nos entreprises et de nos citoyens.

Les chiffres sont explicites. L'UE est l'espace économique le plus ouvert. Traduites en termes de droits de douanes, les barrières non tarifaires sur les services s'élèvent à 6 % du prix moyen d'un service importé dans l'UE. Calculées pour les services européens exportés dans les autres pays, ces barrières atteignent 15 % pour le Canada, 16 % pour le Japon, 25 % pour la Corée du Sud, 44 % pour la Turquie et 68 % pour la Chine (source : World Trade Institute, 2012). Tisa est une chance immense de restaurer l'équilibre. Il est inadmissible que les entreprises étrangères puissent venir en Europe concurrencer nos

entreprises, alors que les nôtres font face à d'énormes obstacles pour fournir leurs services à l'étranger.

Il est autant inacceptable que ces mêmes entreprises étrangères n'aient pas à respecter les mêmes exigences réglementaires que nos entreprises lorsqu'elles offrent des services aux consommateurs européens, via internet notamment. Tisa est une chance de créer des standards internationaux mettant sur un pied d'égalité toutes les entreprises, quel que soit leur siège social. Beaucoup de potentiel inexploité dans les secteurs pour lesquels nous avons un avantage compétitif, comme les télécoms, le fret ou encore les services financiers, pourrait être ainsi débloqué. Celles qui en bénéficieraient le plus seraient nos PME qui ne disposent pas des ressources humaines et financières nécessaires pour se conformer aux divergences légales entre tous les pays.



Il est inadmissible que les entreprises étrangères puissent venir en Europe concurrencer nos entreprises, alors que les nôtres font face à d'énormes obstacles pour fournir leurs services à l'étranger.



Les négociations ne réunissent que 23 des 160 membres de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Alors que toutes les parties impliquées semblent être d'accord qu'un des bénéfices essentiels du Tisa devra être la création d'un level playing field en matière de commerce international des services, l'absence dans les négociations des économies

émergentes les plus dynamiques telles que le Brésil, la Chine, l'Inde, l'Afrique du Sud ou encore les pays Asean ne risque-t-elle pas de mettre en péril l'atteinte de cet objectif ou du moins de relativiser ses impact et bénéfice ?

« Comme vous le soulignez à juste titre, la création d'un *level playing field* est d'une importance cruciale pour nos entreprises luxembourgeoises. Au moment où nous approfondissons le marché intérieur et nous investissons dans les infrastructures pour assurer notre compétitivité, nous devons nous assurer que les règles du jeu sont équitables partout et pour tous. Prenez l'exemple des fonds d'investissement. Notre pays est le premier centre européen et le numéro deux mondial derrière les États-Unis. Pour le développer encore davantage, nous devons éviter toute concurrence déloyale. Autrement dit, la concurrence doit se faire par les règles, et non pour les règles !

Ceci étant dit, ces règles doivent s'appliquer au plus grand nombre pour porter leurs fruits. Alors que le monde économique se multipolarise à une échelle et une vitesse incroyables, l'UE ne peut accepter que sa gouvernance politique ne se limite qu'à quelques pays. Pour être un véritable succès, Tisa doit accueillir les pays qui le souhaitent tout d'abord en tant qu'observateurs et s'ils le veulent en tant que participants, à condition bien sûr qu'ils acceptent les règles établies et les ambitions affichées. L'intégration

de Tisa à l'OMC sera seulement possible une fois que les participants représenteront une masse critique, c'est-à-dire environ 90 % du commerce mondial des services.

De nombreux pays en voie de développement prennent déjà part aux négociations. Bien qu'aucun pays émergent ne les ait encore rejoints, la Chine est officiellement candidate. Son intégration est un



Farouche défenseur du Tisa, **Viviane Reding** n'entend pas pour autant laisser quiconque compromettre le droit suprême à la vie privée et s'oppose fermement à l'inclusion de la protection des données dans les négociations commerciales.

prérequis afin de susciter l'intérêt des autres Brics (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud) car c'est là où se trouvent les barrières commerciales et le potentiel de croissance les plus élevés. C'est un enjeu majeur !

En matière de libre-échange, le Luxembourg est le pays le plus ouvert de l'UE et le 3^e pays le plus ouvert au monde, après Singapour et Hong Kong. Ce haut degré d'ouverture du Luxembourg en fait-il nécessairement un des gagnants potentiels du Tisa ?

« C'est vrai. Le tout nouvel Index of Trade Restrictiveness de l'OCDE vient de confirmer que le Luxembourg est l'un des États membres les plus ouverts, si ce n'est le plus ouvert en Europe. Encore plus révélateur, le degré d'ouverture de notre pays est plus élevé que la moyenne de l'OCDE pour 16 des 17 secteurs des services étudiés (source : OCDE, 2014). Comme le montre l'accroissement annuel de nos exportations (72,2 milliards d'euros en 2012, source : OCDE) et de notre surplus commercial (30 milliards d'euros en 2012, source : OCDE), cette ouverture sur le monde est un gage de compétitivité.

“
Faciliter l'exportation de nos services vers d'autres pays permettra de stimuler la croissance et l'emploi au Luxembourg.
”

Compte tenu de la réussite économique du Luxembourg face à une intense concurrence internationale, réduire les freins à l'export et la bureaucratie internationale créera de nouvelles opportunités. Les services sont l'épine dorsale de notre économie et le moteur de notre croissance au 21^e siècle. Faciliter l'exportation de nos services vers d'autres pays permettra de stimuler la croissance et l'emploi au Luxembourg.

Dans le même temps, cette dynamisation du commerce des services renforcerait le rôle pionnier du Luxembourg dans le secteur des TIC (ex : Skype) et aussi comme plateforme d'accès aux marchés mondiaux. Les biens et services étant bien souvent rattachés à un même produit, Tisa renforcerait aussi le rôle du Luxembourg comme plateforme logistique internationale (ex : fret aérien depuis l'aéroport international de Luxembourg).

En quoi le Tisa se distingue-t-il du partenariat transatlantique de commerce et d'investissement (TTIP) qui vise la création d'une grande zone de libre-échange transatlantique ? Les deux traités sont-ils complémentaires ?

« TTIP et Tisa sont à la fois très différents et très complémentaires. Très différents parce que TTIP vise à la convergence et à la coopération réglementaires alors que Tisa se limite à la création de standards internationaux destinés à assurer l'accès aux différents marchés des services. Aussi parce que TTIP prévoit pour l'instant un mécanisme de résolution des disputes entre États et investisseurs (ISDS), là où Tisa n'inclut et n'inclura qu'un mécanisme entre États.

Par contre, et bien que ces négociations soient respectivement bilatérales et pluri-latérales, elles concourent toutes les deux à la mise en place de standards internationaux. La taille des marchés en question est si large que même les pays non signataires des deux traités auront un intérêt à se conformer aux règles établies. Sans oublier que TTIP et Tisa ont des sujets similaires à

Même si Tisa ne prévoit – contrairement au TTIP – pas de mécanisme de règlement des différends entre investisseurs et États, beaucoup des citoyens craignent qu'une privatisation des services publics ou une dérégulation du secteur financier soient introduites par Tisa, ouvrant ainsi la porte à un renchérissement, voire une dégradation des services publics ou à une nouvelle crise financière. Que leur répondez-vous ? Une autre crainte concerne la protection des données et la protection de la vie privée. Les États-Unis ont une vue beaucoup plus laxiste sur le sujet que l'UE et souhaiteraient davantage libéraliser l'échange de données. Le respect de la vie privée est-il menacé ?

« Les trois sujets que vous citez font clairement partie de mes lignes rouges, c'est-à-dire des éléments que je souhaite voir exclus des négociations. Lors d'une conférence de presse en janvier, je les ai rendues publiques.

Premièrement, les services publics ne sont pas à vendre. Ces bijoux sont ancrés dans l'ADN européen et leur protection est une obligation constitutionnelle inscrite dans les traités. Bien que les textes de négociations démontrent une volonté politique visant à leur exclusion, des inquiétudes subsistent dans l'opinion publique. Pour y répondre, nous devons le dire plus clairement, plus simplement et sans équivoque. C'est pourquoi nous travaillons en ce moment, avec les partenaires sociaux et le négociateur en chef, sur l'élaboration d'une clause de sauvegarde qui ne laisserait place à aucune interprétation.

Deuxièmement, la protection des données personnelles n'est pas une barrière commerciale non plus, mais un droit fondamental ! Je ne laisserai personne compromettre notre droit suprême à la vie privée par l'utilisation de clauses 'fourre-tout' ou de clauses d'exemption trop larges. Comme vous le savez, je m'oppose fermement et depuis toujours à l'inclusion de la protection des données dans les négociations commerciales.

Enfin, le maintien du droit à réguler est crucial. Je veillerai personnellement à ce que le chapitre sur les services financiers permette à tout pays de réguler souverainement les services financiers. Le texte existant Gats n'a en aucun cas fait obstacle à une très profonde évolution de la réglementation européenne après la crise financière. Il est hors de question que ce soit différent dans Tisa.

Dans l'histoire, votre marque est un héros discret.

Développez votre stratégie éditoriale avec Maison Moderne

Accompagné par notre agence de communication spécialisée en content marketing, choisissez de communiquer autrement. De reconsidérer vos clients, actuels ou futurs, d'abord comme des lecteurs. Et offrez-leur le contenu qui les intéresse vraiment. Confiez-nous vos histoires, nous saurons les raconter, les habiller et les diffuser. Pour recevoir gratuitement votre premier diagnostic du Dr Content, rendez-vous sur maisonmoderne.lu/dr-content





Dans les trois cas, des textes ayant fuité montrent des velléités contraires de la part de pays partenaires comme les États-Unis ou la Turquie. Je m'engage à fermer toutes les portes dérobées qu'ils essaieront d'ouvrir dans le but intolérable de détricoter nos règles. L'action de l'UE sur la scène européenne doit être guidée par nos principes fondamentaux ! Ils ne sont pas négociables ! L'élimination des véritables barrières commerciales qui grèvent les capacités d'action et d'expansion de nos entreprises ne doit pas être prise en otage par des digressions superflues et dangereuses.

De nombreuses craintes émanent notamment du manque d'informations disponibles sur Tisa. Qu'est-ce qui empêche d'avoir plus de transparence dans les négociations de traités de libre-échange du type Tisa ou TTIP ?

« Pendant trop longtemps, la Commission et le Conseil se sont satisfaits de ces négociations en vase clos. Mais depuis le rejet d'Acta et surtout depuis les élections européennes de 2014, les choses changent. Dès l'automne, la Commission a rendu publics de nombreux textes Tisa et TTIP, et le Conseil

a fait de même pour le mandat de négociations TTIP. Très bientôt, et à ma demande, le mandat Tisa sera également en ligne.

Au sein du Parlement, j'ai mis en place dès septembre 2014 un groupe de suivi au sein duquel les eurodéputés de la commission commerce extérieur sont informés par la Commission de l'avancée des discussions et au sein duquel les eurodéputés influencent les discussions. Les échanges sont à double sens. Pour insuffler ce vent nouveau, 2015 sera une année de travail. Avec mes collègues parlementaires, je montrerai l'exemple avec l'organisation d'une audition publique dès le 24 février, une réunion avec les parlementaires nationaux cet été et l'élaboration d'un rapport 'transparent' cet automne.

Tisa est né de l'impasse survenue en décembre 2011 dans les négociations multilatérales du Cycle de Doha, qui devait libéraliser le commerce international avec l'objectif explicite de soutenir le développement des pays sous-développés. Un accord sur Tisa peut-il contribuer à relancer ces négociations multilatérales ?

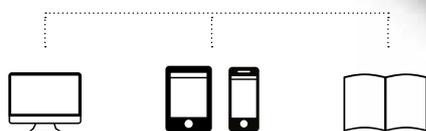
« Permettez-moi de revenir en 1995, date à laquelle tous les membres de l'OMC ont signé un accord multilatéral sur les services, appelé Gats (General Agreement on Trade in Services). 20 ans plus tard, les règles édictées avant l'essor d'internet devenaient obsolètes. Cependant, il était impossible de trouver un consensus à 160 membres sur les services. Pour sortir de l'impasse, des discussions plurilatérales rassemblant les pays désireux d'avancer étaient donc la seule alternative.

Ceci étant dit, il ne faut surtout pas que l'OMC et Tisa soient concurrents, mais plutôt que le second amène au premier. C'est pourquoi, bien que les négociations n'aient pas lieu sous l'égide de l'OMC, les principes directeurs, ainsi que les provisions de Tisa, se fondent sur Gats. J'ai confiance dans le fait qu'un nombre suffisant de pays s'y associera pour que l'accord soit multilatéralisé.

Cela renforcerait l'intérêt de cet accord. Je crois sincèrement qu'un bon Tisa est bon pour les entreprises et les citoyens européens. Un bon Tisa ouvre des marchés à l'étranger pour nos entreprises et crée un filet de sécurité en Europe pour nos citoyens. Tisa est un must pour notre pays ! » ●

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



GRAND ENTRETIEN

NICK D'ALOISIO

“I DREAM OF A VIRTUAL BRAIN. IT'S COMING IN 10 OR 20 YEARS”

When he was 17, the south Londoner Nick D'Aloisio sold his news app Summly to Yahoo for 30 million dollars. Now his latest app Yahoo News Digest is being developed for the Apple Watch. Where did it all go right for the millionaire Oxford teenage undergraduate?

Interview: Ian Tucker / The Observer / The Interview People - Photos: Reuters, Redux

You taught yourself to code and built some apps, then sold your work to Yahoo for \$30m... easy-peasy?

“We did IT at school but it was just Power-Point and all that stuff - coding wasn't on the curriculum. But once I started downloading iPhone apps, I began to teach myself the Objective-C coding language with the specific goal of building apps. I just saw a massive opportunity and I had lots of ideas. Every app I developed was like a learning exercise and I'd get better through trial and error.

“

I was making it up as I was going along, and I still am, because that's how it works in the startup world.

”

Were you entrepreneurial at school, flogging Mars bars to your classmates?

“No, I wasn't into any of that. But when I put my first app on the App Store, it made £79 in a day. And that's when I realised there's a material element to this.

When you launched Summly, which led to the deal with Yahoo, how did it feel to be compared to Larry Page, Jeff Bezos and other Silicon Valley billionaires?

“I see myself as a work in progress, so there's no point evaluating those kind of comparisons now because they don't mean anything.

People like Ashton Kutcher, Wendi Deng and Stephen Fry became investors in your company. Did you feel nervous doing meetings and being responsible for their money?

“I was nervous for my first TV interview and when I met Li Ka-shing [the Hong Kong billionaire who invested \$300,000 in Summly in 2012] but I also saw that I had absolutely nothing to lose. I was making it up as I was going along, and I still am, because that's how it works in the startup world. And so in that sense it's liberating. And I could always go back to school... basically, this is better than homework.

The News Digest app you have created for Yahoo builds on Trimit and Summly, your previous news summarisation apps. It provides users with 10-12 summarised news stories, twice a day. That's quite a newspaper model?

“We had three quite radical dogmas with this product. It should be twice a day and not live; it should be finite, instead of infinite streams of information; and it shouldn't be personalised - it is definitive, so we all read the same digest. There is this visceral moment where people throw away newspapers, which was totally missing in digital. And there's also like a wider sense of people wanting to be in the know and intelligent, and if you're reading personalised information you can never be assured that what you've read is important in a wider scheme.

Does that sense of completion work only for people brought up on newspapers?

“To me it was very natural. It's all about use case. I don't mind being overwhelmed

with social media because it's addictive and exciting for different reasons but something about news consumption, I think a lot of people may see it as a chore, something they need to do and don't necessarily want to. And so for these utility-like behaviours, it's really good to be in and out. So the simpler you can make the experience, the better, so that's why we constrain it.

Is the summarisation done purely by algorithms or are human beings involved?

“We realised very quickly it's optimal to have a hybrid of editorial and algorithm. The two areas for human involvement are proofreading for the coherence, because no one's solved the problem of natural language. And the second thing is the selection of the stories in the digest because, we can't have any false positives - if things that shouldn't be in the digest are, people will stop trusting the service.

So do you think the summaries are improvements on the original stories? A story from a news service like AP or Reuters is already supposed to be pretty definitive and free of bias.

“Even an AP story is longer than it needs to be. We're trying to kind of take the best bits from multiple sources, and that's quite a hard thing. We're still learning how to do it, that's why we still rely on editorial as well as algorithm. I think that's a real benefit. Also it's not just a textual summary, we augment the story with atoms of information such as Wikipedia entries, Tweets, maps and links to related stories. You can assimilate more information because a lot of it is visual rather than text.



In March 2013, Nick D'Aloisio sold his news app Summly to Yahoo for a reported \$30 million US dollars, making him one of the youngest self-made millionaires ever. D'Aloisio was awarded Innovator of the Year in New York City by the Wall Street Journal and was also included in Time Magazine's Time 100 as one of the world's most influential teenagers.

Do you see what you do as part of the “explanatory journalism” trend, like Circa or Vox?

“Yeah a little bit. I think it is very educational, people are preparing for Oxbridge interviews using the app, especially PPE students. It used to be *The Economist*, now it’s Digest.

“
The simpler you can
make the experience,
the better.

”

You’ve talked about the “pseudo-gamification of news”. What do you mean by that?

“We wanted to have a reward mechanism, so there’s a motivation for reading more stories. At the moment it’s pretty low key, so as you read the stories, a little circle of check marks marks your progress. If you read all the stories you unlock a little bonus piece of content. It could be factoid or might be a quote. We’d love to introduce some more reward elements; that’s been happening in games forever.

Isn’t it a bit depressing that you have to give people tokens to make them read more news?

“We’re not paying people, we’re just giving them bits of ancillary information. Knowing that there’s something else is a good motivator, and a lot of products do that... and it’s fun.

You’re developing News Digest for the forthcoming Apple Watch. How many words could you get on an Apple watch?

“Two or three sentences at most. We’re thinking very closely about what’s the optimum length of information for a watch. Our hypothesis is that we expect there’s going to be an extremely high frequent number of sessions, hundreds and hundreds of sessions. But micro length, so like five seconds, two seconds, ten seconds. We’re trying to think of what’s the most novel news experience you can have, that’s very much focused on the time and tempo element of the watch

and the small screen. It’s amazing working with Apple on that stuff.

Are the visions of AI outlined by filmmakers in movies like *Her* pretty good guesses of where we are heading?

“I think *Her* is a pretty good guess. Not in terms of how it ends but the stuff about a virtual assistant which has a personality and can adapt around you. I think it won’t be as great as what it is in *Her*, but the Siri is now a very primitive example of what it can be. My dream is an assistant who would teach me about things around me. I think that’s coming in the next 10 or 20 years.

What do you mean by that?

“So as I’m sitting at this table, it’s explaining about convection currents and the heat. It’s telling you what calories are in that chocolate éclair. If you say something I don’t understand it explains what that word means. It’s aware the whole time.

Sounds like more information overload.

“I guess it is but it’s relevant information. Basically it’s a virtual brain. I would love that.

So we’re 10 years from a virtual brain?

“I don’t know about the singularity but I think predictive systems are getting better at determining what you want to learn or what you want to ask.

“

If you try and teach a computer an abstract concept, like God, how do you even begin to do that?

”

The virtual brain knows what you want before you realise it yourself?

“No, but without me having to actually input ‘*what’s the weather like?*’, it can tell from sensory data that my body temperature’s changed, and therefore I might be wondering why has the change happened. So it’ll tell me that the weather’s just dropped or whatever. There’s a lot of things you can do with prediction based on the sensory stuff. The Apple Watch is a great example of prediction through biometrics.

Elon Musk and Stephen Hawking have made alarming predictions about AI...

“I think they’re overestimating the power of it. When I say virtual, I do not think there’ll be a sentient cognitive brain that’s as good as a human. In specific domains the AI will get very strong. But this kind of generalist view that it’s going to be a brain as good as a human being – that’s almost impossible to see happening.

What are the technical barriers to doing that?

“A lot of it is around learning. It’s easy to teach a computer how to recognise a mug or something, because you send it lots of information and it can build its own image of what a mug is. That’s possible because it’s a physical object ground in the physical world. But if you try and teach it an abstract concept, like God, how do you even begin to do that? Because a lot of what God is is grounded in what people’s own weird conceptions are, which are continuing to morph over time. It means something different to everyone. No one knows how to ground these very high level abstract concepts in a machine.

Don’t you think AI could be dangerous in fields such as warfare?

“Obviously I think any automated technology has got potential danger but human error is worse.

So would you rather be a passenger on an aeroplane piloted by a human or by a robot?

“I’d want both, I would want a hybrid. Not one or the other.

I imagine you’re looking forward to completing your computer science and philosophy degree so you can move to the Valley full-time?

“I’m not at Oxford for the degree. It’s more just environment, you’re meeting

Nick D'Aloisio is best known as the creator of Summly, a summarisation, artificial intelligence technology developed with SRI International.

D'Aloisio has been recognised as the youngest person to receive – at just 15 years of age – a round of venture capital in technology from Hong Kong billionaire **Li Ka-shing**.



others, really intelligent people who have completely different interests. And what I find refreshing at Oxford, compared to somewhere like Stanford, is that computer science is seen as very theoretical or mathematical, it's not seen as entrepreneurial. In the Valley everyone cares about making money; at Oxford they're the opposite.

“Automated technology has got potential danger but human error is worse.”

What will be an important trend in 2015?

“Anonymity's back in fashion – which is very much like the original web. A lot of people are scared of giving away their data, they want to go back to a very basic form of the internet. Similarly people are getting bored of streams of information and personalisation and they want to go back to simpler user interfaces. So products that are distilling and simplifying are going in the right way.

If users are withholding their valuable data what's the business model?

“It's a great point. They're going to have to come up with new ideas. But I think there needs to be an overhaul in monetisation, the advertising model is getting old, people don't want to opt in. And ads are difficult to do on smaller screens, so they're going to have to re-think the model now.

Could you summarise this interview with your software?

“Algorithmically, it would be quite possible because there's a question and answer structure. The algorithm could begin to look at the first few sentences of each answer, and trying to tell them which are most important. But I wouldn't want to summarise an interview in that way. I would think it's better the human does it. In the end it's like there's no point in doing AI for the sake of AI, it's only when there's a practical need. In the case of news information, because there's such an abundance of articles, so much redundant duplication, it doesn't make sense for humans to be paid to sift through it all, because you can do it algorithmically. In the case of a Q&A, because they are rarer and because the person who's conducting it is a human, it makes more sense to have an editor who's human.” ●

START-UP

CHARLES-LOUIS MACHURON

SILICON LUXEMBOURG : UN MÉDIA AU SERVICE DES START-UP

Arrivé il y a sept ans au Luxembourg, Charles-Louis Machuron, un français originaire de Paris, a créé un média 100 % dédié à l'actualité des start-up et des entrepreneurs au Luxembourg. L'objectif est simple : placer l'écosystème start-up luxembourgeois sur l'échiquier mondial et le confronter aux bonnes pratiques à l'étranger.

Texte : Marie-Hélène Trouilleux - Photos : Gaël Lesure

Peut-on définir Silicon Luxembourg comme une « start-up pour les start-up » ?

« Silicon Luxembourg est véritablement un média pour les start-up et c'est unique au Luxembourg. Je trouvais qu'il y avait un manque crucial de réseaux et qu'il était difficile de communiquer sur des petits événements. Silicon Luxembourg se veut être une plateforme de partage d'informations, sur laquelle de nombreux contributeurs publient occasionnellement ou régulièrement des articles sur l'économie numérique, l'actualité et les tendances du web, les nouveautés technologiques, etc. L'outil permet de faciliter les rencontres et de fédérer la communauté des entrepreneurs.

“
Se lancer dans un projet d'entreprise, c'est comme s'aventurer sur le grand huit!
”

En 2014, sur une centaine d'événements organisés pour les start-up, une vingtaine de manifestations ont été programmées par Silicon Luxembourg. Depuis son lancement en 2013, le site compte actuellement plus de 300 publications de différentes start-up, 2.500 followers et 2.000 contacts qualifiés. Le site vient de franchir la barre symbolique des 50.000 visiteurs uniques et 100.000 pages vues. Silicon Luxembourg est consulté à hauteur de 50 % par des inter-

nauts basés hors Luxembourg : au Brésil, au Japon, aux États-Unis, en Suisse, au Royaume-Uni ou encore en Asie. Le trafic est là et 2015 sera l'année de l'expansion commerciale du site, et de la valorisation du contenu grâce à des contributeurs externes. Une application mobile est en cours de développement pour fidéliser les entrepreneurs et investisseurs. Une carte interactive permet aussi depuis quelques mois de visualiser géographiquement chaque start-up luxembourgeoise – environ 150 – ainsi que tous ceux qui composent l'écosystème luxembourgeois par secteur d'activité. Le site évolue au fil du temps, grâce aux remarques constructives des internautes, et j'en suis très satisfait.

Pouvez-vous nous décrire votre parcours ?

« Le fil rouge de mon parcours tient dans le développement marketing et commercial de produits et de concepts. J'ai à la fois travaillé pour des grandes entreprises, des PME et des start-up. Après des études universitaires en économie et gestion à Paris puis une spécialisation en gestion du sport, j'ai suivi un mastère spécialisé en marketing, design et création à Nantes. En 2006, j'ai effectué mon stage de fin d'études dans l'une des principales agences européennes de design packaging, Dragon Rouge. Puis, en 2007, j'ai rejoint le groupe Smart&co, initiateur des coffrets cadeaux Smartbox. À cette époque, cette industrie était en plein boom et j'ai eu la chance de partir ouvrir l'entité canadienne à Montréal quelques mois seulement après être arrivé dans la société. J'ai appris un mardi soir que je partais au Canada et le dimanche j'étais dans l'avion ! Un entrepreneur doit

être capable aussi de prendre des décisions rapides et de partir à l'aventure. Ma première mission sur place a été de recruter une trentaine de collaborateurs pendant les fêtes de fin d'année. Quand je suis arrivé là-bas, il y avait tout de l'image que je me faisais de ce pays : -28 °C, plus d'un mètre de neige dans les rues... J'ai préparé mes entretiens dans l'avion et cela m'a pris un mois pour trouver l'ensemble des collaborateurs. Pour certains, j'ai confirmé leur embauche le 31 décembre et je crois qu'ils en sont restés marqués (rires). Ensuite, nous avons mis en place toute la production et la commercialisation des coffrets. Cela a été une expérience très formatrice et inoubliable. Quand je suis rentré, j'ai rencontré un entrepreneur qui créait sa start-up au Luxembourg et j'ai décidé de poser mes valises en 2009 au Grand-Duché. Cette start-up de e-commerce, Sokoz, était spécialisée dans la vente en ligne avec un système de vente en temps réel et sur le modèle des enchères inversées. Malheureusement, en 2010 la start-up a fait faillite. J'ai rejoint quelques temps après le groupe Maison Moderne pour le développement du paperJam Business Club. J'ai eu l'occasion de faire de superbes rencontres avec des chefs d'entreprise et j'ai observé de près le fonctionnement d'un média au Luxembourg et l'organisation d'événements. En 2012, j'ai fait le choix de partir pour développer le concept de la carte Restopolitan au Luxembourg. Cette start-up française connaît un grand succès en France, que ce soit auprès des particuliers ou des entreprises, mais le succès escompté n'a pas été au rendez-vous au Luxembourg. Puis j'ai travaillé un temps chez Vayton, une entreprise spécialisée dans le management des marques et des biens de propriété intellectuelle, avant de rejoindre à l'automne dernier la société Muller & Associés pour les accompagner dans le développement de leur activité de fiduciaire et de conseil économique. Je gère Silicon Luxembourg en parallèle de mon activité quotidienne et aujourd'hui j'ai trouvé un certain équilibre professionnel.

Qu'avez-vous appris de vos réussites et échecs ?

« Un entrepreneur ne peut pas avoir la prétention de tout savoir. Il faut continuellement améliorer ses connaissances. Se lan-



À 32 ans, Charles-Louis Machuron, fondateur de Silicon Luxembourg, semble avoir enfin trouvé un certain équilibre.



cer dans un projet d'entreprise, c'est comme s'aventurer sur le grand huit ! Il y a des hauts et des bas, des virages à prendre, etc. Avant de me lancer dans un projet, je suis toujours dans un état de stress et d'excitation. Quand bien même certains projets se sont mal terminés, je ne regrette rien et je suis content et fier d'en avoir fait l'expérience avant mes 30 ans. Il faut être capable de changer radicalement de cap si l'on veut éviter de se noyer !

Naît-on entrepreneur ou le devient-on ?

« Bonne question ! Pour ma part, je pense que je le suis devenu. J'ai, depuis plusieurs années, une profonde envie de créer et j'ai différents plans d'affaires sur mon bureau. J'ai en permanence un carnet ou des petits papiers dans les poches sur lesquels je note les idées qui me traversent l'esprit. Je suis sans cesse à l'écoute de nouvelles opportunités et j'ai un côté empathique pour les entrepreneurs. Un entrepreneur doit apprendre à gérer son temps. Je me lève à 6 h et je travaille jusqu'à 8 h tous les matins avant de me rendre au bureau et d'enchaîner avec ma journée de travail. Le soir, place au sport ou à un événement. Avec les événements auxquels j'assiste ou que j'organise en soirée, les nuits sont de plus en plus courtes... (rires). En revanche, le week-end est sacré et j'en profite pour me déconnecter totalement !

Quelles difficultés avez-vous rencontrées lors de la mise en place de vos différents projets et de Silicon Luxembourg en particulier ?

« Quand on se lance, la difficulté est d'être trop idéaliste et de croire qu'un projet va marcher en claquant des doigts. J'ai tendance à prendre les choses trop à cœur. Mais en même temps, c'est ce qui m'a permis de boucler ma valise et de partir au Canada en 2007 au pied levé. L'échec fait mal et il faut savoir rebondir et faire le point pour éviter de refaire les mêmes erreurs. Je fais en sorte de toujours retirer trois choses positives et négatives d'un projet ou d'une expérience pour m'améliorer. Il est aussi très important de bien s'entourer. Ma femme et mes proches me soutiennent. Si vous faites du bon travail et que vous êtes sérieux, vous ne rencontrez aucune difficulté à trouver des partenaires. La Chambre de Commerce et son Espace Entreprises, Business Initiative, Luxinnovation et le Technoport ont tous joué un rôle actif et j'ai reçu bon nombre de conseils qui m'ont permis d'avancer. Silicon Luxembourg bénéficie aujourd'hui de trois sources de financement : les campagnes publicitaires en ligne, le sponsoring des événements avec une bonne visibilité à un prix abordable et des partenariats à l'année

comme avec le Technoport. Je pense aussi aller chercher d'autres partenariats à l'étranger. À Paris, Bruxelles ou Berlin, le dynamisme du marché luxembourgeois doit être démontré.

Comment attirer les jeunes entrepreneurs au Luxembourg ?

« La proximité avec le gouvernement, les agences de promotion ou les bureaux à l'étranger sont autant d'avantages qui doivent être mis en avant. Les chemins sont courts et cela représente un gain de temps substantiel. Lorsque j'organise des événements, plus d'une dizaine de nationalités différentes sont représentées. Le multiculturalisme est une des facettes les plus enrichissantes du Luxembourg ! Il faut également inciter plus de Luxembourgeois à se lancer dans l'entrepreneuriat. Il faut développer de nouveaux masters à l'Université du Luxembourg, multiplier des initiatives comme celle de Jonk Entrepreneuren ou encore promouvoir les concours d'entreprises. Enfin, il faudrait créer une école pour former des *web developers*. Les start-up ont des besoins pointus et ces profils pourraient constituer un vivier de futurs partenaires. Je prends un exemple concret. En décembre dernier, j'ai organisé un événement de rencontre entre entrepreneurs et développeurs. Sur la trentaine de participants, une quinzaine avait des offres fermes d'emploi pour des développeurs ! Le Grand-Duché doit attirer des talents, créer de nouvelles opportunités et s'adapter plus vite. Trop souvent, les start-up sont obligées d'aller chercher les talents très loin, trop loin.

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

« 'Prends des initiatives, crée des opportunités et provoque la chance !' Il faut être un brin têtu, tout en écoutant les autres et être conscient que tout n'est pas facile. Il faut savoir accepter la critique, être à la fois flexible et garder son objectif. Parfois, il faut y aller au culot et ça paie plus souvent qu'on ne le pense. On ne peut pas créer une activité en restant derrière son écran. Rien que sur l'année dernière, j'ai parcouru quelque 20.000 km pour me rendre à mes rendez-vous. Enfin, il faut être un peu égoïste, dans le bon sens du terme, dans la mesure où il faut savoir défendre son projet. » ●

FINANCE : LE FONDS SOUS TOUTES SES FORMES

Le cadre légal et réglementaire a propulsé la place financière de Luxembourg au premier rang des centres de fonds d'investissement en Europe et au deuxième au niveau mondial, derrière les États-Unis. L'administration et la distribution internationales de fonds d'investissement sont devenues la spécialisation du pays. Nous vous proposons 10 orateurs qui nous présenteront leur savoir-faire reconnu dans ce domaine.

Date

Mercredi 29 avril

Lieu

Centre Culturel Tramsschapp
49, rue Ermesinde
Luxembourg - Limpertsberg

Parking

Rue Pasteur

Programme

18:30 Welcome cocktail

19:00 Mots de bienvenue

19:15 10 présentations

20:20 Walking & networking dinner

Inscription obligatoire :

www.Paperjam.club



Arnaud BON
SGG



Laurent PICHONNIER
Global Finance Consult

Marie-Jeanne CHÈVREMENT
MJC Conseil



Olivier PORTESEIGNE
Fundsquare

Jean-Marc CHIARADIA
Capital at Work
– Foyer Group



Yves TAMBOUR
FundGlobam

Me Claude KREMER
Arendt &
Medernach



Jérôme WIGNY
Elvinger, Hoss &
Prussen

John PAULY
Banque Degroof



Miriam WILSON
Elite Advisers

Événement organisé par :

PAPERJAM
CLUB



Gold sponsors :

Deloitte.

C L I F F O R D
C H A N C E

SUCCESS STORY

FERNAND ERNSTER

L'ESPRIT LIVRE, MAIS PAS SEULEMENT

La librairie Ernster, avec ses 125 ans d'existence, est l'histoire d'un succès. Fernand Ernster, qui dirige ce fleuron du commerce luxembourgeois, se dit chef d'entreprise avant d'être libraire et affirme que sa passion pour son métier, loin de s'être émoussée, n'a fait que croître avec les années.

Texte : Catherine Moisy - Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Prendre la direction de l'entreprise familiale à 28 ans, c'était intimidant ou excitant ?

« L'esprit entrepreneurial m'a pour ainsi dire toujours habité. Adolescent, je me voyais plutôt à la tête d'une entreprise de mécanique, car j'étais fasciné par la forge de mon grand-père maternel. D'ailleurs, à l'âge de 15 ans, avec une bande de copains, j'avais monté une petite affaire de réparation de vélos. Parallèlement, j'ai évidemment toujours été en contact avec l'entreprise familiale et dès l'âge de 18 ans, j'ai demandé à mon père s'il serait prêt à me céder la totalité de ses parts un jour. Au fil de mes jobs d'étudiant à la librairie, j'ai réalisé que les livres pouvaient être un business vraiment intéressant. Je me suis, par exemple, impliqué très vite dans les commandes de livres scolaires. Cela m'a appris à prendre des décisions.

Avec le recul, y a-t-il des choses que vous feriez autrement pour vous préparer au rôle de chef d'entreprise ?

« Oui, je choisirais un autre type d'études supérieures. À l'époque, j'ai fait des études d'économie à Louvain-la-Neuve, puis j'ai suivi les cours universitaires Euped au Luxembourg. Aujourd'hui, je suivrais plutôt un double cursus d'ingénieur commercial et de management. Cette dernière dimension surtout m'a manqué dans ma formation. Pour compenser, j'ai suivi de nombreux programmes de formation continue, notamment un parcours destiné aux jeunes repreneurs d'entreprises organisé par la Chambre de Commerce.

Ce que je referais en revanche sont les stages à l'étranger avant de rejoindre l'entreprise familiale : plusieurs mois au sein d'une grande librairie filialiste de Munich

et une expérience en Angleterre chez plusieurs éditeurs m'ont beaucoup appris.

Quel est votre meilleur souvenir professionnel ?

« La fête des 125 ans a évidemment été un moment très fort, avec un nombre de personnes présentes qui a dépassé toutes nos espérances. Mais je reste très attaché au souvenir de mon premier challenge : l'ouverture du magasin de la Belle Etoile en 1988. J'avais réussi à convaincre mon père et le banquier, alors qu'ils craignaient, l'un et l'autre, que cette ouverture ne cannibalise la clientèle du centre-ville. Or, c'est le contraire qui s'est passé. Le contrat avec le centre commercial nous imposait de faire de la publicité en proportion de notre chiffre d'affaires. Nous n'avions jamais investi de pareils montants dans notre communication. Cela nous a donné beaucoup de visibilité. Nous avons enregistré une hausse de 20 % du chiffre d'affaires en centre-ville, alors même que la librairie Belle Etoile atteignait son objectif de chiffre dès la première année.

Vous êtes un chef d'entreprise reconnu, vous avez plusieurs mandats à la tête de fédérations professionnelles, vous êtes administrateur de sociétés. Vous sentez-vous encore proche du métier de libraire, de commerçant ?

« Oui, je me sens très attaché à mon entreprise. Mais ce qui me passionne avant tout, c'est la stratégie, participer à des prises de décision ou faire bénéficier certains acteurs de mon expérience pour faciliter la prise de décision. C'est pour cela que je me suis engagé très tôt dans des organisations sectorielles. Cela a commencé par un mandat pour représenter la Fédération

luxembourgeoise des libraires au sein de l'organisation faitière européenne European and International Booksellers Federation. Puis j'ai répondu à l'invitation de la clc qui souhaitait constituer un Comité consultatif de jeunes commerçants. Mon engagement dans ces instances représentatives est assez indissociable de mon engagement dans ma propre entreprise.

La Fondation IDEA a récemment pris la parole au sujet des cessions / reprises de sociétés ; quelle est votre réflexion sur le sujet, à propos de l'avenir de votre propre entreprise ?

« C'est une thématique qui m'intéresse depuis longtemps et que je mets régulièrement à l'ordre du jour des différentes fédérations dans lesquelles je suis impliqué. Dans ma propre entreprise, cette réflexion est plus présente depuis environ 10 ans. J'ai donc pris la décision il y a un an et demi d'engager un directeur opérationnel pour me seconder. Cela me permet de me dégaier progressivement de la gestion quotidienne et de préparer l'entreprise à une transition. J'ai trois fils encore étudiants. Il est encore un peu tôt pour savoir s'ils auront envie de rejoindre la société. Or, l'existence même de l'entreprise ne doit pas dépendre exclusivement de notre famille. Quand on emploie 70 personnes, cela donne la responsabilité d'assurer la pérennité sur le long terme et c'est beaucoup plus facile quand on se dote d'une équipe de direction bien structurée.

“
Ce qui me passionne avant tout, c'est la stratégie.

”

Est-ce que vous sentez votre métier menacé par le numérique, qui révolutionne les façons d'acheter des livres et de les lire ?

« Il est évident que notre industrie est à un tournant. Le multimédia représente une double concurrence. C'est un mode de



Fernand Ernster confesse un manque de temps pour la lecture. Sur sa table de nuit, on trouve le dernier Michel Houellebecq, Soumission, le livre écrit par Stéphane Bern sur Jean de Luxembourg et un magazine de voitures de sport.



Les plus grandes fiertés de Fernand Ernster : avoir su faire évoluer son entreprise d'un management patriarcal à un management participatif et avoir réussi à grimper à la première place du marché grâce à l'engagement de ses équipes.

“
Il faudrait valoriser
davantage la profession
de vendeur
au Luxembourg.
”

vente alternatif pour les produits culturels, mais c'est aussi un loisir alternatif qui grignote le temps consacré à la lecture.

Cependant, je pense que le livre n'est pas mort et n'est pas près de mourir, à condition que nous réinventons notre métier avec l'ensemble de la filière livre.

La force des librairies physiques, par opposition aux sites de vente en ligne, réside dans le lien de confiance établi avec le client. Nous devons aller encore plus loin en transformant les points de vente en véritables lieux de rencontre, entre les clients et les vendeurs-conseillers, mais aussi pour les clients entre eux. Ils forment une communauté reliée par le goût des livres. Ce besoin de contact, de rencontre, de lien existe. Nous pouvons y répondre. Cela nécessite d'abord d'avoir dans nos rayons des vendeurs passionnés par ce qu'ils vendent. Cela est d'ailleurs valable pour tous les commerces et devrait pousser à valoriser davantage la profession de vendeur au Luxembourg. Ensuite, l'espace librairie est très important pour assurer au client une expérience globale satisfaisante. Enfin, il faut rappeler que le service principal offert par une librairie est la sélection qu'elle opère parmi des dizaines de milliers de titres qui sortent tous les ans. C'est notre première valeur ajoutée ; il faut sans doute que nous communiquions davantage sur ce service, sans oublier que lorsque

l'on achète un livre en librairie, on peut le 'consommer' tout de suite, sans délai de livraison.

Ceci dit, réfléchir à ce qui fait notre différence et améliorer nos services ne nous empêchent pas de prendre directement part à l'évolution technologique. Nous accompagnons par exemple nos clients dans leur découverte du digital en proposant des modèles de liseuses et un assortiment de e-books. Notre principal chantier 2015 sera l'évolution de notre *web shop* sur internet. Nous l'avons conçu pour être compatible avec notre outil de gestion ; nous allons désormais le repenser entièrement comme un magasin à part entière et adapter l'outil de gestion aux besoins de ce nouveau point de vente.

Vous parlez du reste de la filière livre ?

« Les éditeurs ont évidemment un rôle très important à jouer en allant de plus en plus vers la dimension 'objet' des livres, pour donner l'envie de les posséder, de les offrir, de les montrer. Je pense notamment aux beaux livres, qui offrent une qualité de photos incomparables. Tout un pan de l'édition est ainsi irremplaçable. Les auteurs, éditeurs et libraires doivent travailler main dans la main pour trouver d'autres vocations aux livres que la simple conservation de savoirs qui est désormais assurée parfaitement par internet.

Quel est votre style de management, comment motivez-vous vos équipes ?

« Pour moi, les maîtres mots sont confiance et passion. Ce sont les valeurs de l'entreprise et pour que chaque collaborateur puisse représenter ces valeurs et les communiquer aux clients, il faut d'abord qu'il puisse les vivre. C'est pourquoi nous nous efforçons d'abord de construire en interne un climat de respect et de confiance et nous mettons les gens à des postes où ils se font plaisir. Comme je suis un passionné de navigation, je compare souvent une entreprise à un voilier. Dans un équipage, on doit pouvoir compter sur chacun et les uns sur les autres pour surmonter les tempêtes et les mers démontées. Dans une entreprise, c'est la même chose, plus l'équipe est forte et plus le bateau va vite et loin.

Que retenez-vous de l'actualité ?

« Ce qui me frappe le plus dans tout ce que je lis, c'est la perte de confiance qui se généralise. Je pense que l'une des priorités du gouvernement devrait être de reconstruire la confiance dans l'avenir et de rétablir des relations de confiance avec et entre les différents acteurs économiques que sont les syndicats, les entreprises et les salariés. » ●

www.ernster.com

FAMILY BUSINESS: FROM GENERATION TO GENERATION

Transmettre une entreprise familiale est une étape primordiale et nécessite d'être anticipée. Ce cap peut être difficile à surmonter si la préparation en amont n'a pas eu lieu. Nous avons l'honneur de vous présenter 10 perspectives différentes, lorsqu'un chef d'entreprise décide de passer le flambeau à la génération suivante.

Date
Mercredi 18 mars

Lieu
Tramsschapp
49, rue Ermesinde
Luxembourg-Limperstberg

Programme
18:30 Welcome cocktail
19:00 Mot de bienvenue
19:15 Présentations
20:30 Walking & networking dinner

Parking
Parking Tramsschapp
avenue Pasteur

Inscription obligatoire :
www.Paperjam.club



Germain BECKER
Becker & Associés



Fabien KNOPES
Café Knopes

Antoine CLASEN
Caves Bernard-Massard



Alexis MEEÛS
Banque Degroof

Carlo CRAVAT
Grand Hôtel Cravat



Alain MEUNIER
PwC

Laura FERBER
Ferber Hair & Style



Frank RODENBOURG
Rodenbourg
Participations

Nicolas GRAAS
Hermès Luxembourg



Marc SALES
Sales-Lentz

Événement organisé par :

PAPERJAM
CLUB



Gold sponsor :

prolingua

SUCCESS STORY

JULIE JAGER

SIMPLE ET VRAIE, COMME SA CUISINE

Cela fait maintenant près de trois ans que le restaurant bio Chez Julie a ouvert dans le quartier Gare à Luxembourg. En plus de la carte, on y trouve un petit rayon d'épicerie et la possibilité de commander des gâteaux d'anniversaire personnalisés ou des fruits et légumes bio. Quand une entreprise est aussi une conviction et un mode de vie...

Texte : Catherine Moisy - Photo : Emmanuel Claude / Focalize

Pouvez-vous nous raconter votre histoire et celle de votre entreprise ?

« Je suis originaire de Moselle. J'ai fait des études de management touristique dans une école de commerce d'Aix-en-Provence. Après un premier job sur place et deux ans à Paris, je suis venue m'installer au Luxembourg. J'ai d'abord travaillé dans mon domaine d'activité, au service commercial de Sales-Lentz. Tout se passait très bien, mais j'avais au fond de moi l'envie de créer ma propre affaire. C'est à cette époque que j'ai découvert, à Paris notamment, des concepts de restauration qui m'ont donné envie d'ouvrir un espace similaire à Luxembourg. En 2011 j'ai senti que j'étais prête. Avant de me lancer, j'ai suivi les cours du samedi à la Chambre de Commerce préparant au métier

“
J'adore le coup de feu
de l'heure du déjeuner
et son stress positif.
”

de cafetier-restaurateur, et j'ai pris des cours de cuisine avec Gilles Daveau, consultant-formateur en cuisine alternative. J'ai décidé d'arrêter mon activité salariée en octobre 2011 et je me suis mise en quête d'un local. Chez Julie a ouvert en mai 2012.

Quelles difficultés et opportunités avez-vous rencontrées ?

« La principale difficulté fut justement liée au local. Je voulais trouver un lieu authentique, avec une âme, qui s'intègre bien avec mon concept. J'ai visité une

bonne quinzaine de locaux. Certains propriétaires sont réticents à accueillir un restaurant ; certains lieux ne sont pas adaptés aux contraintes et aux normes requises par la restauration ; enfin, les loyers de centre-ville sont beaucoup trop élevés pour une petite structure en phase de lancement. J'ai finalement eu un coup de cœur pour cette adresse rue de Bonnevoie, que j'ai trouvée grâce à une agence immobilière du quartier qui a très bien compris mes besoins.

Au niveau des opportunités, je veux souligner la bienveillance avec laquelle j'ai été accueillie par les restaurateurs que j'ai sollicités pour des conseils. Récemment, j'ai aussi pu bénéficier du programme *Business-Mentoring* de la Chambre de Commerce. Mon mentor m'a donné confiance en moi et un tas de conseils très pratiques pour surmonter les périodes de doutes ou pour oser franchir des étapes. Son écoute m'a permis d'épargner un peu ma famille proche avec tous mes questionnements d'entrepreneur !

Qu'est-ce que vous préférez dans votre métier ?

« J'adore le coup de feu de l'heure du déjeuner et son stress positif. En cuisine, j'aime inventer de nouveaux plats, chercher de nouvelles recettes. Par-dessus tout, j'apprécie la nécessaire polyvalence. La cuisine, la comptabilité, la mise au point des menus ou encore les commandes sont des tâches très variées qui rendent le job très complet.

Quels sont les moins bons côtés ?

« Il n'y a pas vraiment de mauvais côtés, plutôt des frustrations. Celle, par exemple, de manquer de temps pour faire les choses aussi bien que je le voudrais. Il y a la difficulté à constituer une équipe motivée stable. Les recrutements demandent à chaque fois

beaucoup d'énergie et sont à recommencer souvent. Enfin, dans le domaine du bio, comme les producteurs sont peu nombreux et que leurs productions sont réduites, on n'est jamais sûr de recevoir les produits que l'on a commandé. Il faut adapter la carte du jour à ce que l'on reçoit en livraison.

Quel est votre premier geste du matin ?

« Je saute sur mon téléphone pour m'assurer que je n'ai pas de message m'annonçant une absence ou un retard de quelqu'un de l'équipe. J'en profite pour actualiser le menu du jour sur ma page Facebook et poster quelques photos gourmandes.

Qu'est-ce qui fait, selon vous, votre succès ?

« Pour attirer des clients et les fidéliser, il faut les surprendre et donc proposer sans cesse des nouveautés. Il est aussi primordial de soigner le rapport qualité / prix dans une restauration qui s'adresse avant tout à une clientèle de bureaux. Et comme les prix des denrées alimentaires bio sont en moyenne 30 % plus élevés que les autres, il faut aussi de la conviction et de la pédagogie pour expliquer et justifier des tarifs un peu plus élevés que ceux pratiqués, en général, dans la petite restauration.

De quoi êtes-vous la plus fière ?

« Concilier le fait d'être la maman d'un bébé de neuf mois avec la gestion de mon activité. J'appréhendais un peu ce double challenge. Maintenant, je constate que c'est tout à fait possible et cela me rend vraiment fière. » ●

www.chezjulie.lu

CUISINE & ÉPICERIE BIO



CHEZ JULIE

CUISINE & ÉPICERIE BIO

« Je pense que Luxembourg était le bon endroit pour ouvrir le restaurant Chez Julie. C'est une ville à taille humaine dans un petit pays. Le bouche à oreille y est très efficace. »



01.



02.



03.

BANK OF CHINA LUXEMBOURG BRANCH

THE FIRST CHINESE BANK TO HAVE SETTLED IN LUXEMBOURG

The 103 year-old Chinese bank still in existence was also the first to open a branch in Luxembourg more than 35 years ago. Today, Bank of China is one of the largest banks in the world by market capitalization value. It was, over the recent 3-year period, consecutively elected to G-SIFIs. The bank aims at nurturing the business relationships between the Chinese and Luxemburgish markets.

Text: Corinne Briault – Photos: Pierre Guersing

When the Bank first came to the Grand Duchy in 1979, it was the very first Chinese bank to set up a branch outside China under the name “Bank of China Luxembourg Branch”, after the founding of the People’s Republic of China in 1949. In 1991, Bank of China subsequently set up a subsidiary “Bank of China (Luxembourg) SA”, adopting the combined operating business model of both a branch and a subsidiary.

During the 80s and the 90s, the banking activities of Bank of China Luxembourg consisted mainly in customer deposits, loans, remittance as well as letters of credit, cheque col-

lection, and foreign exchange, money-market, etc. As the banking business worldwide gradually evolved towards new banking products and services, so have the Bank’s activities in Luxembourg. Today, Bank of China is proactively reshaping its offering with comprehensive services packages including diversified product structures tailored to its customers’ specific needs.

Over the past eight years, Bank of China has established branches across the borders through its Luxembourgish EU-passport banking license. Bank of China Luxembourg is currently overseeing five

branches in The Netherlands, Belgium, Poland, Sweden, and Portugal. It is now a 6-country 7-entity financial institution, with approximately 150 employees of about 20 different nationalities spread within its five branches. Bank of China is consistently looking for new opportunities to further develop its business in Luxembourg and to act as a bridge between Luxembourg and China.

Bank of China supported HNCA in purchasing Cargolux’s shares (35) and continued support to Chinese companies willing to develop business ties between China and Luxembourg. Interview with Lihong Zhou, general manager of Bank of China Luxembourg Branch.

What projects are you currently working on?

“One of our primary objectives and projects is to continue with our business transformation. This involves turning our corporate banking business from a purely traditional commercial banking business to a business structure that focuses on both commercial banking and

investment banking business; this translates into speeding up the upgrade of our financial market operation and developing the asset management, funds, bonds, trust, as well as cross-border trading business; further developing the RMB business and consolidating our RMB market position; continually focusing on our funding, adjusting our assets and liabilities structure, and improving liquidity and promoting high-end and value-added personal financial services.

Using RMB as our strategic business to establish and strengthen our brand name, we have set up a special RMB service team to help promote the various types of RMB businesses such as deposits, loans, account, settlement, treasury, capital market business, etc. In 2014, our Bank’s cross-border RMB settlement business amounted to 115 billion yuan. Over the same year, we successfully became the first Chinese company to issue and list RMB bonds in Luxembourg and Continental Europe, known as the *Schengen Bond*.



04.



05.



06.

What successes are you particularly proud of?

“We did a lot of work to continually promote proactive risk and compliance management, improving our staff’s risk awareness and fostering good compliance culture to ensure strict compliance with the local regulations, both at the Luxembourg and the European levels. Going hand in hand with this approach, we have also put in our vigorous efforts to develop and expand our overall business. As such, one particular achievement which is very significant to our Bank is that despite the many challenges we faced, our combined and consolidated operating results for 2014 made a historic breakthrough, ranking us the first among the Group’s branches in continental Europe. We certainly hope to keep on improving all aspects of our business operations for the coming year.

What are the biggest challenges your sector is facing?

“One of the biggest challenges for our Bank is the increasing market compe-

tion. For the first 20 years that we have been here, Bank of China has been the one and only Chinese bank in Luxembourg. Now, there are ICBC and CCB. Also, Agricultural Bank of China and China Merchants Bank will soon open branches in Luxembourg. The Bank of Communications, Shanghai Pudong Development Bank and other Chinese banks are also eager to set up offices here.

At the same time, regulatory control is increasingly stringent, with many new important regulations and requirements such as BASEL III, LCR (liquidity coverage ratio), quantitative indicators CRDIV banking supervision system/CRR, the liquidity stress testing concept, FATCA, EMIR, MIFID II, etc. which need to be implemented progressively over the coming years.

Our Bank has grown from a small bank with merely ten employees, to the present 6-country 7-entity financial institution of about 150 employees, with extensive business development and rapid assets increase to €16 billion currently. It was inevitable that such

a fast and powerful growth has yield some challenges we need to address. We recognize the importance of strengthening our middle-management capacity in order to ensure effective management of our business.

If you could change one thing about your sector, what would it be? How could the Chamber of Commerce support you?

“The Luxembourg banking sector has accomplished many excellent achievements to stay ahead as a leading financial center. Indisputably, Luxembourg has a very open market, an efficient regulatory supervision as well as a stable and business-friendly environment. As our business expands, we are in need of suitable and talented professionals to join our Bank, particularly people who can also understand Chinese – which is a rather limited pool. I must admit that we have faced some difficulties in recruiting the right people. What may be helpful is perhaps to organize more training programs addressed to attractive young talents from the country and abroad.” ●

01. Lihong Zhou, general manager of Bank of China Luxembourg Branch; Carlo Thelen, general director Chamber of Commerce; Steve Breier, financial director Chamber of Commerce.

02. Bank of China supported to HNCA in purchasing Cargolux’s shares.

03. Bank of China Luxembourg was the very first Chinese bank to establish a branch outside China after the founding of the People’s Republic of China.

04. Today, Bank of China Luxembourg is the parent of five branches in The Netherlands, Belgium, Poland, Sweden, and Portugal.

05. Bank of China is still looking for new opportunities to further develop its business in Luxembourg, and to act as a bridge between Luxembourg and China.

06. More than 20 different nationalities work for Bank of China.

Bank of China (BOC) at a glance

1912: Formal establishment of Bank of China

1929: BOC opened its first overseas branch in London

1979: BOC opened a branch in Luxembourg, which gradually became its European Headquarter

Employees in Luxembourg: 150 (including its branches)

Employees worldwide: 300,000

L’information continue

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

GEOPARTNER SÀRL

UNE SOURIS À LA CARRURE D'UN ÉLÉPHANT

Forte d'une petite équipe de scientifiques et d'ingénieurs multidisciplinaires, Geopartner peut se targuer de jouer dans la cour des grands. Elle fournit des prestations en géotechnique, hydrogéologie, géothermie et investigations environnementales et est devenue un partenaire de choix au Grand-Duché comme à l'international. Entretien avec le Dr. Volker Eitner, associé-gérant et Ferdinand Stölben, associé.

Texte : Corinne Briault - Photos : Gaël Lesure

Les activités principales de la société Geopartner sàrl sont l'exploration et l'étude des sols et des roches dans le cadre de missions géotechniques, géologiques, d'hydrogéologie, de géothermie et de technologie environnementale. Installée au cœur de l'Europe, elle travaille cependant en dehors des limites du Luxembourg, fournit des prestations en Europe et à l'international, allant ainsi jusqu'au Japon ou en Turquie. Au travers de ses expertises et consultations géo-scientifiques et techniques, la société soutient les promoteurs ou les maîtres

d'ouvrage en vue d'une exploitation optimale pour les terrains de construction. Ses activités consistent en l'évaluation d'anciens sites contaminés et au développement de concepts de réhabilitation adaptés, le tout incluant les études de ressources d'eau potable, comme l'évaluation des possibilités d'exploitation de la géothermie pour le chauffage ou la climatisation. Geopartner effectue également la conception des études de sols pour les fondations de constructions, l'aménagement d'infrastructures, la stabilité des pentes, l'aménagement de canaux, les

calculs de tassement de terrains, les dimensionnements hydrauliques (pour la stabilité des digues par exemple) et peut évaluer la conformité en vue de certifications. Enfin, la société met en évidence l'importance des interactions entre les sols et les eaux souterraines et est agréée par l'État luxembourgeois pour la réalisation d'études hydrogéologiques sur les ressources d'approvisionnement en eau potable et pour l'analyse et la gestion des risques de pollution des eaux.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« En collaboration avec le service géologique de l'Administration des ponts & chaussées, nous faisons des analyses et des observations pour déterminer des pentes et pour établir la mise en place des démarches à suivre à la suite du glissement de terrain sur la zone de la décharge pour déchets inertes à Mondercange.

Nous avons également effectué des forages d'enquête hydrogéologiques avec mise en place d'instruments de pré-

sion pour le mesurage des mouvements de la roche au tunnel de Markusberg.

Il existe d'autres projets en cours où notre bureau effectue des tâches de consulting en dehors de l'Europe comme au Japon notamment, ou en Turquie.

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« Il y en a plusieurs. Mais, nous pouvons être fiers du travail de surveillance de l'installation de sondes géothermiques fournies au Parlement européen sur le bâtiment Konrad Adenauer. Aussi, dans le cadre des études d'avant-projet du programme de réhabilitation du pont Adolphe à Luxembourg, Geopartner a été mandatée par l'Administration des ponts & chaussées du Luxembourg pour faire des recherches sur les diverses méthodes de traitement de la maçonnerie fragilisée par le temps et les éléments. Ces travaux comprenaient plus de 70 forages carottés dans les arcs et les piliers soumis ensuite à des essais d'injection. Une recherche approfondie de coulis à ciments ultrafins



01.



02.



03.

adaptés à la fissuration, réalisée dans un cadre international, a permis d'élaborer un traitement optimisé pour la reconstitution de l'arc principal. Grâce aux résultats de cette campagne d'investigation, l'Administration des ponts & chaussées a pu déterminer la méthode optimale de réhabilitation de cet ouvrage historique. Nous pouvons être fiers car, l'arc du pont Adolphe est l'un des plus grands en maçonnerie de ce type au monde et il n'y a pas encore eu de rénovation de ce type sur d'autres ouvrages de cette envergure. C'est en quelque sorte un chantier pionnier pour tous ceux qui y travaillent et nous avons tous dû trouver des concepts innovants et des méthodes de travail inédites de réhabilitation pour ce chantier. Pour nous, qui sommes une petite entreprise, avec une petite équipe, c'est très valorisant de travailler avec des grands partenaires, comme l'État luxembourgeois ou les Institutions européennes.

Quels sont les grands défis auxquels vous devez faire face

dans votre secteur d'activité ?

« La concurrence et la 'bataille' des prix qui sont sans cesse tirés vers le bas, car l'innovation à un coût. Mais paradoxalement, pour l'heure, la conjoncture actuelle ne nous touche pas trop. Même si nos concurrents sont de très grosses sociétés, surtout en France et en Allemagne, Geopartner est souvent sollicitée et reconnue aussi pour son expertise par de grands groupes, comme EDF en France. Nous sommes comme une petite souris qui joue dans la cour des éléphants... et qui s'en tire plutôt pas mal en fait !

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

« Ici, au Grand-Duché, nous sommes installés au cœur de l'Europe, et nous pouvons donc fournir des prestations dans toute l'Europe. L'avantage au Luxembourg est que tout est accessible et rapidement. De plus, c'est un pays multiculturel où se parlent de nombreuses langues, et c'est un peu ce qui fait défaut dans

certains pays européens. Le défi pour nous est d'établir des contrats dans des pays 'unilingues', cela pose quelquefois des problèmes. Quant à la Chambre de Commerce, elle nous aide déjà beaucoup au travers des missions économiques qu'elle organise à l'international. Pour nous, ces missions sont une porte d'entrée formidable vers l'étranger et les clients potentiels qui sont toujours impressionnés de pouvoir participer à des rencontres avec des personnalités comme le Grand-Duc, des ministres ou le directeur d'une Chambre de Commerce. C'est une forme de promotion formidable pour des petites entreprises comme nous, car cela nous ouvre des portes incroyables et nous fait une excellente carte de visite pour nous présenter à l'étranger. Nous envisageons de lancer des projets au Vietnam, la Chambre pourrait alors nous apporter son soutien par le biais de l'Office du Ducroire, puisque ce dernier assure les risques des entreprises liés aux transactions internationales et aux investissements à l'étranger. Cela pourrait être un soutien efficace pour nous. » ●

PORTRAIT



Date de création de Geopartner : 2003
Employés : 6 au Luxembourg
Filiale en Allemagne : 35 employés
Prestations de Geopartner dans des pays étrangers : France, Allemagne, Japon, Suède, Turquie

L'information continue

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

01. Au Grand-Duché, Geopartner emploie une équipe de six personnes, scientifiques et ingénieurs multidisciplinaires.

02. 03. Geopartner fournit des prestations en géotechnique, hydrogéologie, géothermie et investigations environnementales et l'exploration et l'étude des sols et des roches.

04. Geopartner est souvent sollicitée et reconnue pour son expertise par de grands groupes, comme EDF en France.

05. 06. Dans le cadre du projet du programme de réhabilitation du pont Adolphe à Luxembourg, Geopartner a été mandatée par l'Administration des ponts & chaussées du Luxembourg.



04.



05.



06.

RETOUR EN IMAGES

22 JANVIER 2015

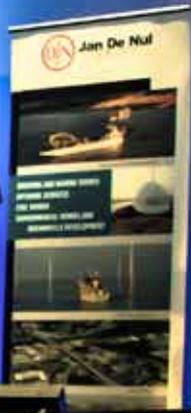
RÉCEPTION DU NOUVEL AN DE LA FEDIL

Le traditionnel rendez-vous de début d'année, organisé par la Fedil, a une nouvelle fois rassemblé beaucoup de monde dans les locaux de Luxexpo, avec quelque 800 participants. L'événement a été l'occasion pour son président, Robert Dennewald, et le ministre des Finances, Pierre Gramegna, de faire le point sur l'actualité économique du pays. L'invité de la soirée, Hermann Simon (Simon-Kucher & Partners) a, quant à lui, évoqué l'importance des « champions cachés » dans la globalisation, ces PME focalisées sur des niches qu'elles dominent à une échelle nationale, régionale, voire mondiale.

Photo : Charles Caratini

Fedil

Business Federation
Luxembourg



NOUVEAU MERKUR

POUR LES ENTREPRISES ET LES ENTREPRENEURS D'ABORD...

La Chambre de Commerce a fêté le lancement du nouveau Merkur en association avec Maison Moderne. Le magazine a été entièrement repensé avec l'objectif de proposer à son lectorat, composé de quelque 33.000 entreprises membres et de près de 1.500 décideurs politiques et économiques, une toute nouvelle expérience de lecture.

Photos : Maison Moderne



01.



04.



03.



06.



05.



01. Michel Wurth a mis en avant le contenu éditorial destiné avant tout aux chefs d'entreprise et aux PME.

02. Le Merkur propose dans chaque édition un poster résumant les faits & figures du dossier du mois.

03. Merkur ouvre désormais ses pages à l'actualité économique hors Luxembourg.

04. La Chambre de Commerce s'est associée à Maison Moderne, la première maison d'édition indépendante du Luxembourg, créée par Mike Koedinger (à droite).

05. L'équipe Content Marketing de Maison Moderne: Guillaume Vanoutryve, Fred Baus, Jérôme Rudoni et Audrey Vincent.

06. Patrick Ernzer (CC).

07. Emmanuel Claude (Focalize), Pierre Guersing (CC), Gaël Lesure et Edouard Lehr (CC).

08. Marc Meyers (Lux-Audit) et Marie-Hélène Trouillez (CC).

09. Guido Kröger (Maison Moderne) et Corinne Briault (CC).

10. Laurent Antonelli (Blitz) et Jean-Philippe Janus (Fargo).

02.



07.



08.



09.



10.

10 FÉVRIER 2015

L'ANNÉE DE LA CHÈVRE FÊTÉE À LA CHAMBRE DE COMMERCE

Pour fêter l'année de la chèvre qui a débuté officiellement le 19 février cette année en Chine, Chinalux, la Chambre de Commerce du Luxembourg, l'ambassade de Chine au Grand-Duché et le Hong Kong Economic and Trade Office auprès de l'Union européenne ont réuni quelque 560 invités, dont les ministres Pierre Gramegna et François Bausch. L'affluence croissante au fil des années démontre l'intérêt grandissant du Luxembourg pour la Chine.

Photos: Laurent Antonelli / Agence Blitz



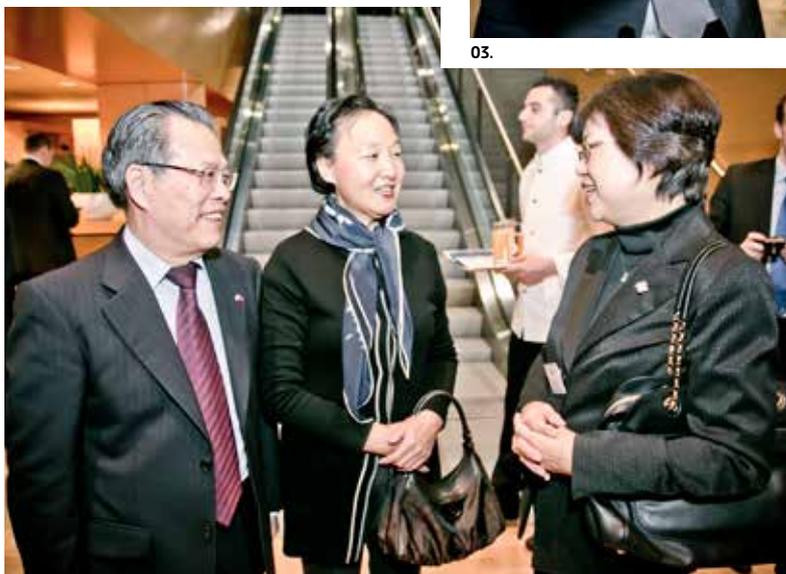
02.



01.



03.



04.



05.



06.



08.



07.



09.



10.

01. La fleur de Bauhinia apparaît sur le drapeau et la monnaie de Hong Kong. Le fond rouge et les étoiles font écho à celles du drapeau de la Chine, la mère patrie (au centre).

02. De gauche à droite : Carlo Thelen, Pierre Bley, François Bausch, Pierre Gramagna, S. E. Zeng Xianqi, Linda Lai et Mikkel Stroerup.

03. Carlo Thelen, Marc Muller et Anna Felgen Suardi.

04. L'ambassadeur de Chine au Luxembourg, S. E. Zeng Xianqi, son épouse et Linda Lai (à droite), représentante du Hong Kong Economic and Trade Office à Bruxelles.

05. Pierre Gramagna a fait référence à sa participation en janvier dernier à l'Asian Financial Forum à Hong-Kong.

06. Les stratégies de rapprochement entre la Chine et le Luxembourg n'ont pas manqué ces dernières années.

07. En l'espace de 20 ans, les exportations du Luxembourg vers la Chine ont été multipliées par quatre.

08. À l'image de la chèvre, symbole de paix et de tranquillité, 2015 sera une belle année, a promis l'ambassadeur.

09. Mikkel Stroerup, directeur de Chinalux, s'est réjoui de l'intérêt grandissant du Luxembourg pour la Chine.

10. Un buffet composé de spécialités chinoises a permis de poursuivre les échanges dans une ambiance conviviale et festive.

22 JANVIER 2015

« UN BON GESTE ET DANS LA BONNE DIRECTION »

Lors de la grande messe annuelle de la Fedil, le président de l'organisation patronale, Robert Dennewald, s'est adressé au gouvernement. L'engagement pris par ce dernier de ne pas augmenter ni les impôts ni les charges sociales durant la législature semble avoir mis du baume au cœur des 500 membres que compte l'organisation, lesquels représentent 20 % de l'emploi national.

Photos: Charles Caratini



01.



02.



03.



04.



05.



06.

01. Si d'autres thèmes demeurent sujets à discussion avec le gouvernement, la Fedil se montre satisfaite de la nature des relations entre les deux parties.

02. 03. 04. 05.

Robert Dennewald a accueilli chaleureusement les invités.

06. Hermann Simon (Simon-Kucher & Partners) a mis en avant l'importance des PME focalisées sur des niches.

07. Le ministre des Finances a évoqué les mesures prises dans le cadre du Zukunftspak: « 2019 devra être l'année du retour à l'équilibre. »

08. 09. 10. La récente confirmation du AAA luxembourgeois devrait favoriser les investissements et l'emploi, a expliqué Pierre Gramegna, avant de donner le feu vert pour l'accès au dîner protocolaire.



07.



08.



09.



10.

UNIVERSITÉ DU LUXEMBOURG

LARGE SOUTIEN AU NOUVEAU RECTEUR

Le nouveau recteur, Dr Rainer Klump, a été investi de ses fonctions lors d'une assemblée académique solennelle organisée le 15 janvier à la Maison du Savoir. Quelque 200 invités ont assisté à la passation de pouvoir officielle, au cours de laquelle le professeur Rolf Tarrach, recteur de 2005 à 2014, a remis à son successeur le livre d'or de l'Université comme signe de ses nouvelles fonctions.

Photos : Michel Brumat



01.



02.



03.



04.



05.

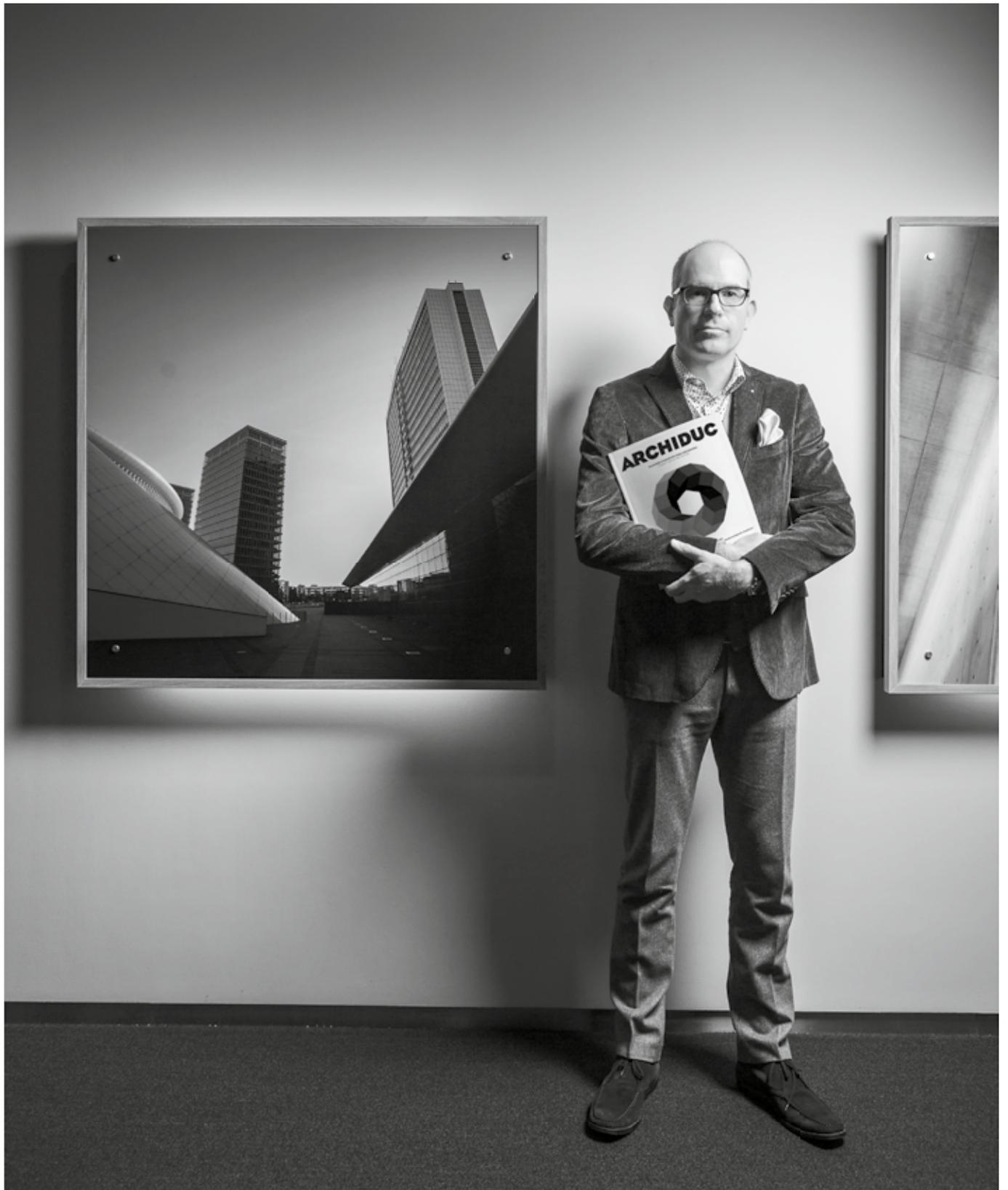
01. Avec ses nombreuses dédicaces d'invités d'honneur, le livre retrace les moments phares des 11 ans d'histoire de l'institution.

02. La fille du recteur, Leonie Klump, l'épouse du recteur, Dr Annette Kersch et Britta Schlüter, responsable communication de l'Uni (de gauche à droite).

03. « Faire de l'Université une faculté de recherche européenne du 21^e s. et le cœur du système national de recherche et d'innovation. »

04. Marc Jaeger, président du conseil de gouvernance de l'Université.

05. Rainer Klump et Marc Hansen, secrétaire d'État.



Jean-Marc Kieffer lit *Archiduc* depuis 2010. **Merci**

SALON EUROMARITIME

LE LUXEMBOURG À BON PORT

Fort d'une délégation composée d'une trentaine de personnes, le Luxembourg a jeté l'ancre au salon Euromaritime/Eurowaterways à Paris, du 3 au 5 février dernier. Dédicée à l'économie des secteurs maritime et fluvial, la manifestation, au sein de laquelle seuls deux pays (le Luxembourg et la Finlande) étaient à l'honneur sous un pavillon national, a permis de rassembler plus de 300 exposants et 5.000 visiteurs.

Photos: Chambre de Commerce, Thierry Nectoux (TN) et Danièle Taulin-Hommel (DTH)



01.

01. Le Grand-Duché est doté d'un cadre réglementaire attractif et de structures opérationnelles de qualité, développant des solutions de pointe.

02. De gauche à droite: Francis Vallat, président du salon Euromaritime et de l'ENMC, Karmenu Vella, commissaire européen à l'Environnement et aux Affaires maritimes, et Freddy Bracke, président du Cluster maritime luxembourgeois.

03. Le Luxembourg compte plus de 250 navires battant pavillon luxembourgeois.

04. Accueillant huit sociétés, le pavillon grand-ducal a réuni plusieurs fleurons de l'économie luxembourgeoise.

05. La Chambre de Commerce était coorganisatrice aux côtés du Cluster maritime luxembourgeois, du Commissariat aux affaires maritimes ainsi que des ministères de l'Économie et du Développement et des Infrastructures.



02.



04.



03.



05.



01.



02.

BUSINESSMENTORING

BIEN DÉMARRER...

Pour bien débuter l'année 2015 les membres du programme BusinessMentoring ont été conviés à un afterwork sur le thème du vin, du risotto et du fromage Castelmagno. Cette session de dégustation et d'échanges est née de la rencontre entre trois entrepreneurs, Pierandrea Amedeo, Guy Tabourin et Daniel Rameau, fins gourmets et actifs au sein du réseau des mentors.

Photos : Pierre Guersing



03.



04.



05.



06.

01. 75 % des mentorés admettent avoir progressé sur le plan du savoir-être.

02. Pierandrea Amedeo.

03. Guy Tabourin.

04. Daniel Rameau.

05. Gylaine Hanus, chargée du projet BusinessMentoring, qui compte 53 entrepreneurs accompagnés.

06. Plus de 1.080 heures ont été investies bénévolement par les mentors.

AGENDA

MARS – JUIN

CALENDRIER DES MANIFESTATIONS

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 étrangers 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

**du 10 au
13 mars 2015**
Cannes (F)



Stand collectif au salon Mipim

Pour la 10^e année, la Chambre de Commerce organisera un stand collectif au salon Mipim, salon des 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

le 13 mars 2015
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires Algérie, Égypte et Libye

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées dont le but est de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés étrangers 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

le 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

**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 en matière 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) 247 84 161

le 26 mars 2015
Luxembourg (L)



Konferenzzyklus "university meets business": europa der regionen

Die Chambre de Commerce lädt gemeinsam mit der European University for Economics & Management zu der neuen Konferenzreihe "University meets Business" ein. An mehreren Terminen in diesem Jahr werden aktuelle Themen aus Wissenschaft und Wirtschaft referiert und diskutiert mit dem Ziel einen Transfer von wissenschaftlichen Erkenntnissen in die wirtschaftliche Praxis zu schaffen.

Info: www.lsc.lu/umb – info@lsc.lu – (+352) 42 39 39 220

**du 31 mars au
2 avril 2015**
Paris (F)



Semaine internationale du transport et de la logistique

Être au plus près des préoccupations et des besoins en matière de transport et de logistique des entreprises industrielles et commerciales, telle est l'ambition de SITL Paris qui aura lieu au Parc des expositions de la porte de Versailles. En cas d'intérêt de la part de ses membres, la Chambre de Commerce vous propose l'organisation d'une visite accompagnée.

Info: www.sitl.eu – laurence.sdika@cc.lu

le 21 avril 2015
Luxembourg (L)



Visite d'une délégation d'affaires portugaise

À l'initiative de la Confédération internationale des entreprises portugaises et en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie luso-luxembourgeoise, la Chambre de Commerce accueillera une délégation d'hommes d'affaires portugais principalement issus des secteurs de la construction et de l'agro-alimentaire.

Info: www.cc.lu rubrique Manifestations – international@cc.lu – (+352) 42 39 39 481/312

le 21 avril 2015

Visite d'une délégation
d'affaires portugaise

Luxembourg (L)



Photo: Deutsche Messe AG

**du 13 au
17 avril 2015**
Hanovre (D)



Visite et matchmaking à la Hannover Messe

Avec plus de 5.000 exposants et plus de 180.000 visiteurs en 2014, la Hannover Messe est la plus grande foire industrielle au monde et s'est imposée année après année comme la référence dans ce domaine. La Chambre de Commerce organisera pour la 11^e année consécutive une visite accompagnée et un événement de matchmaking b2fair à cette occasion.

Info : www.hannovermesse.de – b2fair@cc.lu – (+352) 42 39 39 333

22 avril 2015
Differdange (L)



Table ronde sur les professions créatives et artistiques

La Chambre de Commerce et l'incubateur 1555°C de Differdange s'associent pour organiser une table ronde ayant pour but de permettre aux porteurs de projets dans des domaines créatifs ou artistiques d'établir des certitudes quant à leur statut qui se situe au confluent des statuts de commerçant, d'artisan et d'artiste.

Info : www.cc.lu rubrique Manifestations – emilie.pirlot@cc.lu / tom.baumert@cc.lu

le 30 avril 2015
Luxembourg (L)



Spring awards 2015

Fort de succès de la première édition, la Luxembourg School for Commerce organise les Spring Awards 2015 pour récompenser les personnes et entreprises qui ont démontré un engagement exemplaire à l'égard de la formation professionnelle, qu'il s'agisse de formation initiale, de formation continue ou de formation universitaire. Les Springs Awards 2015 en images : <http://vimeo.com/64897555>.

Info : www.lsc.lu – info@lsc.lu – (+352) 42 39 39 220

**du 27 au
30 avril 2015**
Maroc/Tunisie



Mission officielle au Maroc et en Tunisie

En étroite collaboration avec le ministère de l'Économie et Luxembourg for Business, la Chambre de Commerce organisera une mission économique officielle au Maroc et en Tunisie. Lors de cette mission ouverte à tous les secteurs, un accent particulier sera mis sur les domaines des TIC, des écotecnologies et de l'automobile.

Info : www.cc.lu rubrique Manifestations – international@cc.lu – (+352) 42 39 39 313

**du 21 au
23 mai 2015**
Luxembourg (L)



Visite d'une délégation d'affaires péruvienne

Pour la première fois et à l'initiative de la Chambre de Commerce et de Tourisme du Pérou à Luxembourg, une délégation d'hommes d'affaires péruviens principalement issue de l'agro-alimentaire sera en visite au Luxembourg. Un séminaire sera organisé pour présenter les opportunités d'affaires entre ces deux marchés. Il sera suivi de rendez-vous et de visites d'entreprises.

Info : www.cc.lu rubrique Manifestations – international@cc.lu – (+352) 42 39 39 481

**du 17 au
18 juin 2015**
Luxembourg (L)



Gr business days

Lancés en 2012, les GR Business Days s'imposent peu à peu comme le salon professionnel incontournable de la Grande Région. En 2014, le salon a permis de réunir plus de 3.000 participants (exposants et visiteurs) en provenance de 30 pays. Cette année, le salon mettra à l'honneur la région turque de Kocaeli. Les GR Business Days en images : <http://vimeo.com/75485891>.

Info : www.gr-businessdays.com – events@gr-businessdays.com – (+352) 42 39 39 370/333

AGENDA

MARS - AVRIL - MAI

CALENDRIER DES FORMATIONS

Création et gestion d'entreprise			
Accès aux professions du commerce	Zugang zu einem Beruf des Hotel - und Gastgewerbes (HORECA)	25.04.15 Cours du jour	
Gestion d'entreprise	Initiation à la gestion d'entreprise	07.03.15 Cours du soir	
	La création d'entreprise et les démarches administratives rattachées	17.03.15 Cours du jour	
	Einführung in die Betriebsführung	30.05.15 Cours du soir	
Comptabilité et finance			
Comptabilité	TC.1 - Fonctionnement d'un système comptable	21.04.15 Cours du soir	
	TC.2 - Opérations portant sur l'actif	07.05.15 Cours du soir	
	TC.10 - Comptabilité informatisée (Sage BOB 50 et MS Excel)	17.03.15 Cours du soir	
	TC.12 - Budget et business plan I	21.04.15 Cours du soir	
	TC.14 - Mathématiques financières II	21.04.15 Cours du soir	
	C.1.1 - TVA II	21.04.15 Cours du soir	
	Accounting crash course	17.03.15 Cours du soir	
	Accounting system and software - Introduction to SAGE BOB 50	22.04.15 Cours du soir	
Droit			
Droit commercial	Initiation au droit commercial	27.04.15 Cours du soir	
Droit des sociétés	Gesellschaftsrecht	25.03.15 Cours du soir	
	Company law crash course	23.04.15 Cours du soir	
Droit du travail	Conclusion du contrat de travail	17.03.15 Cours du jour	
	Immigration et droit du travail	24.03.15 Cours du jour	
	Labour law	28.04.15 Cours du jour	
	Arbeitsrecht	06.05.15 Cours du soir	
Droit de la sécurité sociale	Préretraite et pension vieillesse	31.03.15 Cours du jour	
Économie			
	Explorer le monde économique et financier	23.04.15 Cours du jour	
Fiscalité			
	Initiation à la fiscalité luxembourgeoise	19.03.15 Cours du soir	
	Déclaration de TVA	19.03.15 Cours du jour	

	Procédure fiscale des entreprises en matière d'impôts directs	01.04.15 Cours du jour	
	Application de la TVA : les cinq questions à se poser	29.04.15 Cours du jour	
	Fiscalité internationale	04.05.15 Cours du soir	
	Introduction to Luxembourg VAT	11.05.15 Cours du soir	
Innovation et créativité			
	Techniques de management de l'innovation	17.03.15 Cycle modulaire	
Langues			
	Intermediate Business English - Part 2	21.04.15 Cours du soir	
	Advanced Business English - Part 2	21.04.15 Cours du soir	
Marketing, communication et gestion commerciale			
Marketing opérationnel et gestion commerciale	Prospecter, chercher et trouver de nouveaux clients	19.03.15 Cours du jour	
	Comment vendre mieux et plus	07.05.15 Cours du jour	
Communication et relations publiques	Perfectionnement aux techniques de communication en entreprise	30.04.15 Cours du soir	
Propriété intellectuelle			
	Geistiges Eigentum in der Unternehmenspraxis: Urheber-, Patent- und Markenrecht	21.04.15 Cours du jour	
Qualité Sécurité Environnement			
Sécurité et santé au travail	Burn-out : quel rôle et quelle implication pour le travailleur désigné ?	20.04.15 Cours du jour	
Qualité et normalisation	Principes et mise en œuvre d'un système de management environnemental selon la norme ISO 14001	30.03.15 Cours du jour	
Responsabilité sociale de l'entreprise			
	RSE et Stratégie : identifier et situer la responsabilité de l'entreprise	08.03.15 Cours du jour	
	RSE et Gouvernance : assurer une bonne gouvernance de l'entreprise	01.04.15 Cours du jour	
	RSE et Social : agir sur le capital humain de l'entreprise	29.04.15 Cours du jour	
Ressources humaines et formation			
Gestion et développement des ressources humaines	Mobilité internationale	20.03.15 Cours du jour	
	Conduire un entretien de recrutement	26.03.15 Cours du jour	
	Comment utiliser les tests dans un processus de recrutement	02.04.15 Cours du jour	
	Gestion et calcul des rémunérations	21.04.15 Cours du jour	
	Conduire un entretien d'évaluation	21.05.15 Cours du jour	
Leadership et management	Gestern Mitarbeiter - Heute Führungskraft	21.03.15 Cours du jour	
Secteur de l'immobilier			
	Fiscalité de l'immobilier - Sociétés commerciales	26.03.15 Cours du jour	
	Gestion locative : recouvrement forcé, résiliation du bail et expulsion	23.04.15 Cours du jour	
Secteur de la logistique			
	VAT on international delivery chains: supply of goods and logistics services	16.03.15 Cours du jour	

INDEX THÉMATIQUE

A

Adem **34**
Altea Immobilière **38**
Amazon **32**
AMCHAM **38**
Amorino **14**
Anamanaguchi **42**
AngelList **42**
Apateq **24**
Arab-Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce **34**
ArcelorMittal **12, 18, 37**
Arendt et Medernach **12**
Awex **34**

B

Banque centrale européenne (BCE) **56**
Baus Fred **42**
BCEE **18**
BGL BNP Paribas **16, 25**
Bierger-Center **14**
Binsfeld **30**
Bizjak Claude **40**
Bombardier Commercial Aircraft **25**
Brainserve **16**
Brasserie Guillaume **14**

C

Cactus **7, 10**
Caisse nationale de prestations familiales **56**
Cargolux **10**
Caspari Carole **38**
Cassavetes John **42**
Centre de recherche CEPS / Instead **22**
Cerazitiz **56**
CFL **18**
Chamber of Commerce **26, 30, 34, 96**
Chez Julie **96**
China Luxembourg - Business Study Centre **16**
Christian Bauer Associés Architectes S.A **15**
CircuitFoil **18**
clic **32, 40, 92**
Clusil **37**
Commission de surveillance du secteur financier (CSSF) **42**
Concept Factory **30**
Conseil de l'Union européenne **56**
Coolest Cooler **42**
Couleurs Steinbach **22**
Crean Gabriel (Pr) **40**
Crowdcube **42**
CRP-Santé **31**
Cultural Association of Azerbaijan **31**

D

D'Aloisio Nick **84**
Danger Zack **42**
Daveau Gilles **16**
Deloitte **26**
Delphi Automotive Systems Luxembourg **26**
Dennewald Robert **37**
Divino **14**
Doosan **18**

E

EBRC **16**
Ecotrel **32**
Éditions Saint-Paul **12**
Education Committee **38**
eLfy **6**
Elth CEBI **37**
Enovos **7, 12**
Ernster Fernand **92**
European Crowdfunding Stakeholder Forum (ECSF) **42**
Exploding Kittens **42**
Expogast **12**
EY **16**

F

Fansnextdoor **42**
Fasbinder Sylvie **40**
Fédération des artisans **32**
Fédération luxembourgeoise des libraires **92**
FEDIB **32**
Fedil **37**
Felix Giorgetti sarl **10**
Feyereisen Marc **22**
Fidelino Damiano **34**
Fifteam **26**
Fondation IDEA asbl **74, 76**
Fonds national de la recherche **26**
Fonds national de la recherche Luxembourg **56**
Fuse **30**

G

Gault&Millau **25**
Girls in Tech **32**
Gonderinger Eric **16**
Goodyear **37**
Goodyear Luxembourg **25**
Grepper Ryan **42**
Groupe Otto **24**
Guerey Karol **22**

H

Hansen Patrick **22**
Haut Comité de la place financière (HCPF) **42**
Hein **37**
Hermann & Valentiny **10**
Horesca **96**

I

IEE **37**
ILEA **26**
Inas **30**
Immotop.lu **22**
IMS **37**
Inborn **42**
Indiegogo **42**
INFPC **26**
ING **7**
INOWAI **15**
Inman Matthew **42**
Inspection générale de la Sécurité sociale **56**

J

Jager Julie **96**
John Paul Luxembourg **10**
Johnson Jamie **42**
Joint Economic Sub-Commission
Jonk Entrepreneuren **38**
Jonk Entrepreneuren Luxembourg **40**
Julien Rita **16**

K

Kaluga **31**
Kahn François **14**
Kannerhaus Jonglënster **16**
Karabagh **31**
Kickstarter **42**
KissKissBankBank **42**
KPMG **10, 38**
Kribskrank Kanner **12, 16**

Dans cet index sont reprises les entreprises et les **personnalités** citées dans ce magazine.

L

La Bourse **14**
 La Table de Frank **25**
 Lamesch **32**
 Lammide Vilho **16**
 Lanners Jacques **56**
 Larralde Benjamin **42**
 LCTO **36**
 Learning Factory **37**
 LeasePlan **24**
 Lee Elan **42**
 LendingClub **42**
 Léonidas **14**
 Librairie Ernster **92**
 Limax communication **24**
 List **36**
 LSC **34**
 Lucil Film **10**
 Luxair Luxembourg Airlines **14**
 LuxairGroup **25**
 Luxaviation **22**
 Luxembourg Ecoinnovation Cluster **36**
 Luxembourg for Finance **34**
 Luxembourg Institute of Health **30**
 Luxembourg Institute of Science and Technology **40**
 Luxembourg Materials Cluster **34**
 Luxembourg–Russia **38**
 Luxexpo **30**
 Luxinnovation **26**
 Luxinnovation **34**
 Lycée classique de Diekirch **30**

M, N

MarkCom **30**
 Masterjet **22**
 Mbana Benjamin **16**
 Mikado **30**
 Mind & Market asbl **26**
 Ministère du Logement **22, 32**
 MLQE **26**
 Montefiore Sul Palco **14**
 Mosmart International **24**
 Mudam **42**
 Myenergy **30**
 NC Management **15**
 Nick Alex **18**
 Nizard Fabien **42**
 Nothum Thierry **40**
 Nubs **42**

O

Observatoire du logement **22**
 Office National du Tourisme **24**
 Ouya **42**

P

Palumbo Roberto **16**
 Panarello Gaëlle **8**
 Pebble **42**
 Peintures Robin **22**
 Petry Alain **40**
 Pochon Brigitte Louise **22**
 Post Luxembourg **22, 34**
 Pour un sourire d'enfant **12**
 Promoculture–Larcier **22**
 PWC **7, 14**

Q, R

Queffelec Edward **22**
 Rassel Georges **16**
 Reach&CLP **31, 36**
 Reding Jean–Claude **26**
 Reding Viviane **78**
 Reding Yves **16**
 Relation école–entreprise **36**
 Renault Luxembourg **10**
 Rotunno Donato **12**

S

Sacem Luxembourg **37**
 Sales–Lentz **96**
 Samsa Film **10**
 Scharff Christian **37**
 Schiltz Marc **56**
 Schlessler Isabelle **34**
 Schmit Nicolas **34**
 Seedrs **42**
 SES **7**
 Shepherd Jean **42**
 Shine a light **12**
 Small Shane **42**
 SnT **16**
 Sodexo Luxembourg **25**
 Sportlycée **36**
 SuperDrecksKëscht **31, 32**
 Supermiro **6**

T

Tarantula **12**
 Technoport **34**
 Telecom Luxembourg Private Operator **22**
 Theissen Anne–Sophie **26**
 Thelen Carlo **26**
 TheOatMeal **42**
 Thiriet **8**
 Thiriet Louis **8**
 Total **24**

U

Ubuntu Edge **42**
 Ulav **32**
 Ulule **42**
 Uni **32**
 Unicef–Luxembourg **7**
 Université du Luxembourg **18**

V, W, Y, Z

Veronica Mars **42**
 Veyrat Marc **14**
 Vinissimo **14**
 Vous **14**
 Vuillemin Frédéric **14**
 Weber Paul **42**
 Weiwei Ai **42**
 Woman Business Manager of the Year Award **38**
 Wurth Paul **16**
 Yapital **24**
 Zeilt Productions **12**
 Zemeckis Robert **42**
 Zeniti Malik **38**
 Zens Gérard **40**

MERKUR

Mars | Avril 2015

IMPRESSUM

ÉDITÉ PAR LA CHAMBRE DE COMMERCE EN COLLABORATION AVEC MAISON MODERNE



ÉDITEUR

CHAMBRE DE COMMERCE
DU GRAND-DUCHÉ
DE LUXEMBOURG
7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg
E-mail: chamcom@cc.lu
Internet: www.merkur.lu

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

ABONNEMENTS

Pour tout abonnement, merci
de vous rendre sur le site:
<http://www.cc.lu/merkur/abonnement>

FORMULE STANDARD

6 numéros / an
Membres de la Chambre
de Commerce: gratuit
Non-membres: 15 euros / an

RÉDACTEUR EN CHEF

Patrick Ernzer - patrick.ernzer@cc.lu

RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE

Corinne Briault - corinne.briault@cc.lu

RÉDACTION

Catherine Moisy - catherine.moisy@cc.lu
Marie-Hélène Trouilleux -
marie-helene.trouilleux@cc.lu
Edouard Lehr
François Nenon

COLLABORATIONS

Fondation IDEA
Affaires économiques, Chambre de Commerce

RETOUR EN IMAGES

coordonné par Marie-Hélène Trouilleux

PHOTOGRAPHES

Laurent Antonelli
Michel Brumat
Charles Caratini
Emmanuel Claude
Pierre Guersing
Gaël Lesure
Thierry Nectoux
David Laurent
Reuters, Redux
Danièle Taulin-Hommel

CONCEPTION GRAPHIQUE
DU POSTER

Fargo



MAISON MODERNE

10, rue des Gaulois,
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 (-55)

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.luPROCHAINE ÉDITION
05 mai 2015DATE LIMITE D'ENVOI
DE MATÉRIEL POUR
LA PROCHAINE ÉDITION
17 avril 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.

© Copyright 2015- Chambre de Commerce, tous droits réservés. Toute reproduction totale ou partielle est interdite et la propriété exclusive de la Chambre de Commerce. Si vous souhaitez obtenir des droits d'utilisation du contenu / de reproduction, contactez Luxembourg Organisation For Reproduction Rights, Luxorr : www.lord.lu



ENTREPRENEURS INNOVANTS EN GRANDE RÉGION :

PARCOURS 1,2,3 GO

DES ENTREPRENEURS AIDENT DES ENTREPRENEURS!



1. Vous avez un
PROJET INNOVANT

2. Bénéficiez de
COACHING GRATUIT
pour élaborer votre
BUSINESS PLAN

3. Développez votre
RÉSEAU PROFESSIONNEL

GO. Créez votre
START-UP!

INSCRIPTION GRATUITE & en toute confidentialité sur :
WWW.123GO-NETWORKING.ORG

MERCI À NOS PARTENAIRES!

NOS PARTENAIRES FINANCIERS:



NOS PARTENAIRES INSTITUTIONNELS:



NOS PARTENAIRES MÉDIAS:



Format S.a.r.l.

ORGANISÉ PAR:



McKinsey&Company

Support IT (Mac/PC) (h/f)

**Chargé de clientèle
magazines et guides** (h/f)

**Stagiaire en maison
d'édition** (h/f)

Maison Moderne recrute.

La première entreprise média indépendante du Luxembourg propose actuellement 6 offres d'emploi et 3 propositions de stage dans ses différents départements de Maison Moderne.

Informations supplémentaires et candidatures via
www.maisonmoderne.lu/jobs

**MAISON
MODERNE®**
ONFHANGEG.
ZENTER 1994



Photo: Laurent Antonelli / Agence Blitz

UNE ÉCONOMIE SOLIDE ET DIVERSIFIÉE, AU-DELÀ DE LA FISCALITÉ

Toute économie dynamique repose sur des finances publiques saines. Dès le budget 2014, le gouvernement a interrompu le cercle vicieux où les dépenses de l'État augmentaient plus rapidement que les recettes. En 2018, les comptes de l'administration centrale auront pratiquement retrouvé l'équilibre et plus aucun nouvel endettement ne sera nécessaire à partir de 2019. Le niveau des investissements reste élevé. Entre 2014 et 2015, ils vont croître de 15 % et ce rythme sera maintenu sur les années à venir. Grâce à une croissance qui dépasse largement la moyenne de la zone euro, les recettes de l'État continuent d'augmenter. Avec cette politique budgétaire qui conjugue croissance économique et efficacité de la dépense publique, le Luxembourg

continue, avec l'Allemagne, d'être le seul pays de la zone euro à bénéficier de la meilleure notation de crédit. Le « AAA » constitue un gage de stabilité et de confiance.

2015 sera marqué par le début des travaux sur la réforme fiscale. Les partenaires sociaux seront étroitement associés aux réflexions. À cet égard, je ne peux que me féliciter que nous ayons réussi, dans le sillage de l'adoption du paquet d'avenir et du budget, à remettre le dialogue social sur les rails. S'il est bien trop tôt pour spéculer sur le contenu exact de la réforme fiscale, certains de ses vecteurs sont évidents. En particulier, la réforme devra respecter le principe de la neutralité budgétaire et assurer l'attractivité du cadre fiscal applicable aux entreprises. Les discussions actuelles au niveau de l'OCDE dans le cadre du projet Beps devront évidemment être prises en compte.

Pour autant, la fiscalité est loin d'être le seul critère de l'attractivité de notre pays. Sa situation géographique, sa stabilité politique et sociale, son ouverture vers l'extérieur et son excellente qualité de vie comptent tout autant. D'après une récente étude de l'Insead, le Luxembourg occupe le troisième rang mondial, après la Suisse et Singapour, dans l'Index global de la

compétitivité des talents, qui mesure la faculté d'un pays de cultiver, attirer et retenir les talents.

Par ailleurs, le gouvernement travaille continuellement à adapter le cadre juridique aux exigences du monde actuel. En janvier, le gouvernement a adopté le projet de loi relatif à la création de la société à responsabilité limitée simplifiée. Ce nouveau type de société permettra de dynamiser la diversification de notre économie, en donnant toutes leurs chances à ceux qui ne disposent pas d'un capital de départ, mais en revanche d'une brillante idée. L'innovation constitue l'une des clés du succès. D'ailleurs, selon les chiffres d'Eurostat, le Luxembourg connaît la plus forte proportion d'entreprises innovantes après l'Allemagne.

Tous ces éléments montrent l'importance de l'effort *nation branding*. Le Luxembourg a de nombreux atouts et doit les faire connaître. Dans ce contexte, je compte aussi sur les entreprises pour faire passer le message que le Luxembourg a une économie dynamique et diversifiée, au-delà du secteur financier, et de nombreux avantages, au-delà de la fiscalité. ●

Pierre Gramegna,
Ministre des Finances

Linklaters

Naturally different.

Today's increasingly complex world brings with it new opportunities as well as unprecedented risks. Keeping one step ahead of this ever-evolving environment and anticipating the needs of business, we support our clients wherever they are based and help shape the regulatory landscape of tomorrow. Our lawyers have proven excellence in providing advice across borders and in delivering a quality of experience that is naturally different.



PHOTO: P. PETITS / P. ROQUES



29
Cities

2600
Lawyers



**INNOVATIVE
LAWYERS**2014
AWARD WINNER

3

PREMIUM
WATERS



WWW.ROSPORT.COM