

www.merkur.lu

News Entreprises & Économie

MERKUR

Magazine de la Chambre de Commerce du Luxembourg

Mai | Juin 2016



4€



Logistique

Toujours plus vite, toujours plus loin



CMD.desktop

Accédez à votre environnement de travail partout, à tout moment



CMD.hosting

Des opérations virtuelles en toute sécurité



CMD.mail

Des solutions simples et efficaces au meilleur tarif

COLOR

YOUR

CLOUD



CMD.box

Avoir accès à ses fichiers partout, à tout moment



CMD.services

Pour vous guider dans vos besoins IT & télécommunication



CMD.phone

Être toujours accessible avec un seul numéro



EuroCloud Awards 2016

Best Cloud Services provided by Start-Up



CMD.solutions

Votre interlocuteur unique pour tous vos services IT et télécommunication.

www.cmd.solutions

ÉDITO

1,1 MILLION D'HABITANTS

Selon les derniers chiffres du Statec, le Grand-Duché compte actuellement 576.200 habitants, dont presque 47 % de citoyens étrangers. En annonçant le 27 avril dernier qu'il allait porter son « objectif budgétaire à moyen terme » (OMT) de 0,5 % à -0,5 % du PIB, le gouvernement a implicitement fait savoir qu'il misait sur une croissance forte et continue de la population pour garantir la viabilité de ses finances publiques et respecter les règles de bonne gouvernance budgétaire prévues par le Traité européen sur la stabilité, la coordination et la gouvernance et la législation nationale en découlant.

part d'une hypothèse de dette publique tendant vers 60 % du PIB pour établir l'OMT du Luxembourg à -0,5 %, alors que le gouvernement a annoncé viser un objectif de 30 %. Selon les calculs du Conseil national des finances publiques, l'OMT du Luxembourg devrait être au minimum de 0,25 % afin de pouvoir prétendre atteindre à l'horizon 2060 cet objectif de 30 % du PIB en matière de dette publique.

On peut donc s'étonner que le gouvernement ait de si bon gré accepté la proposition de la Commission à revoir son OMT vers le bas. Car en acceptant un OMT de

lion d'habitants signifierait qu'en matière de densité de population le Luxembourg passerait d'actuellement 200 habitants / km² à quelque 400 habitants / km². Les défis en matière d'aménagement du territoire, d'adaptation du système d'éducation (la majorité des habitants serait alors d'origine étrangère), de logement, d'intégration sociale, d'assurance-santé, de transport et de mobilité en découlant seraient gigantesques. Sans parler de la question de la représentation démocratique d'un pan désormais majoritaire des citoyens du pays, qui ne pourrait plus être éludée.

Après la baisse progressive des ambitions de consolidation du gouvernement – l'effort d'assainissement de 1,5 milliard d'euros d'ici 2018 inscrit dans le programme gouvernemental de fin 2013 avait déjà été réduit à 874 millions d'euros d'ici 2020 (desquels il faut encore déduire quelque 110 millions d'impôt d'équilibrage budgétaire temporaire) dans son programme de stabilité et de croissance 2016-2020 –, l'on est en droit de s'interroger sur les raisons de ce nouveau revirement de politique budgétaire, un revirement qui semble faire fi des principes de prudence, de durabilité et de responsabilité intergénérationnelle. Aurait-il été tout à fait inconcevable d'utiliser au moins une partie de la marge de manœuvre budgétaire retrouvée pour approvisionner davantage le fonds souverain intergénérationnel? La force symbolique d'une telle décision aurait été forte, tout comme elle l'aurait été si le Luxembourg – malgré une relative embellie conjoncturelle – avait visé, sinon un excédent, du moins un équilibre en termes de « objectif budgétaire à moyen terme ». ●



Les défis en matière d'aménagement du territoire, d'adaptation du système d'éducation, de logement, d'intégration sociale, d'assurance-santé, de transport et de mobilité seraient gigantesques.



Cette adaptation est licite puisqu'autorisée par la Commission européenne qui concède au Luxembourg une marge de manœuvre accrue pour la fixation de son OMT au vu des projections démographiques récentes, une évolution qui lui aurait notamment permis de réduire le coût du vieillissement et le risque lié aux pensions. Le raisonnement de la Commission est somme toute simple et d'ordre purement mécanique: si la population – et, de manière sous-entendue, l'économie et le marché du travail du Luxembourg – continue à croître au rythme appuyé des dernières années d'ici 2060, le pays ne devrait pas rencontrer de difficultés budgétaires majeures pour financer son modèle économique et social actuel. Il faut cependant savoir que la Commission

-0,5 % du PIB, le gouvernement accepterait non seulement de tendre implicitement vers une dette publique de 60 % du PIB, mais accepterait aussi ouvertement le scénario d'une augmentation de la population résidente à 1,1 million à l'horizon 2060. Cette décision est d'autant plus étonnante qu'elle mise sur une croissance soutenue mais non soutenable, qui est en contradiction flagrante avec l'objectif de développement durable inscrit dans le programme gouvernemental, voire même avec les ambitions affichées en matière de promotion d'une économie circulaire, une économie qui miserait donc davantage sur une croissance intensive basée sur des gains de productivité plutôt que sur une croissance numérique des facteurs de production. Passer à une nation de 1,1 mil-

Patrick Ernzer
Rédacteur en chef

MERKUR

Mai | Juin 2016

6 - 24

NEWS

Entreprises

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



26 - 44

NEWS

Institutions

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



46 - 57

DOSSIER



LOGISTIQUE : TOUJOURS PLUS VITE, TOUJOURS PLUS LOIN

La logistique est un moteur important de l'économie européenne et un pilier de la politique de diversification économique luxembourgeoise. Avec plus de 100.000 m² de surfaces logistiques supplémentaires

en cours d'achèvement et 135 millions d'euros d'investissements depuis 2013, le pays peut se targuer de disposer d'une plateforme performante, intercontinentale et multimodale.

58 - 74

ÉCONOMIE

ECONOMY DAY 2016

SEMESTRE EUROPÉEN

OECD

LES MARCHÉS
GERMANOPHONES
ET LE LUXEMBOURG

CAR INDUSTRY

LE CHIFFRE DU MOIS

76 - 78

IDEA

AVIS ANNUEL 2016

Quelques doutes subsistent

DIAGNOSTIC

À votre santé!

80 - 81

MARKET WATCH



CHINA

A huge promising market

82 - 91 GRAND ENTRETIEN



NICOLAS BUCK
FAIRE DU LUXEMBOURG LE MEILLEUR ENDROIT POUR ENTREPRENDRE EN EUROPE

Nicolas Buck veut insuffler un vent de changement pour doper l'entrepreneuriat luxembourgeois. Promouvoir l'envie d'apprendre et d'entreprendre, inciter à créer et soutenir les entrepreneurs pour placer le Grand-Duché sur l'échiquier mondial des nations d'entrepreneurs sont les grandes lignes de sa vision.



SUSAN WOJCICKI
FROM YOUTUBE TO OUR TUBE

It's pushing to be the planet's most powerful broadcaster with the launch of its subscription service. CEO Susan Wojcicki tells why YouTube is no longer just for the kids.

92 - 94 START-UP



JULIEN BRUNEL - ÉMELINE ALTMAYER
NUTRI-BAY : ENDURANCE À TOUTES ÉPREUVES

96 - 101 SUCCESS STORY



PIERRE-ANTOINE LAURENT
MUSÉAL : ÉDITEUR DE PATRIMOINE



SAMIRA MAAOUI
MAÂ OUI!, OBJETS D'ATTENTION

102 - 105 VISITE ENTREPRISE



KETTERTHILL
EXCELLENTE ANALYSE !

Les Laboratoires Ketterthill, nés de la fusion en 2003 des Laboratoires Ketter (créés en 1956) et des Laboratoires Thill (créés en 1946), sont actifs dans l'analyse de biologie médicale.



GOODYEAR
BEHIND THE WHEEL

Founded by the Seiberling brothers, the world's largest tire company took the name of Charles Goodyear, who discovers the vulcanization.

106 - 113 RETOUR EN IMAGES

106 - 107 PHOTO DU MOIS 96 ENTREPRISES LABELLISÉES

108 CABO VERDE SEMINAR

110 JOURNÉE DE L'ÉCONOMIE

112 - 113 ATELIER DIGITAL LUXEMBOURG

114 - 115 MIPIM

116 - 117 FORUM SÉCURITÉ- SANTÉ AU TRAVAIL

118 - 119 TRADE MISSION TO LONDON

120 - 121 LABEL MADE IN LUXEMBOURG

122 - 125 AGENDA

130 CARTE BLANCHE MARC WAGENER

POSTER

ORCADIA ASSET
MANAGEMENT

Nouvelle société de gestion de patrimoine

Etienne de Callatay, Geert De Bruyne, Jacky Goossens et Patrick Keusters se sont associés pour créer Orcadia Asset Management, une nouvelle société de gestion de patrimoine. Ils ont réuni autour d'eux une équipe expérimentée, conciliant performance, gestion du risque, proximité et plus-value sociétale.

L'offre d'Orcadia est novatrice. Tout en proposant à une clientèle privée et à des institutions les services de gestion discrétionnaire et de gestion conseil, ainsi qu'une gestion patrimoniale sicavisée, Orcadia entend privilégier l'investissement responsable et mettre en œuvre un business model en phase avec cette orientation

sociétale. Les traits distinctifs d'Orcadia et les valeurs qu'elle s'engage à respecter s'articulent autour d'une équipe à la compétence reconnue en private banking, qui a pour ambition d'aligner ses intérêts sur ceux des clients. Pour être pleinement focalisée sur la gestion et le service à la clientèle, Orcadia a choisi de sous-traiter auprès de partenaires réputés dans leurs domaines respectifs les questions juridiques, informatiques et d'audit. Début avril, au terme d'un processus au calendrier soutenu, le ministre des Finances Pierre Gramegna a donné son agrément. Orcadia est aujourd'hui pleinement opérationnelle à Luxembourg, où elle est basée, et exerce ses activités en libre prestation de services en Belgique et en France. ●



OUVERTURE

Une troisième « Cocottes » au Limpertsberg

Cocottes, c'est une idée simple mais volontaire : celle de proposer des produits sains, frais, variés et authentiques, à déguster sur place ou à emporter au bureau ou à la maison. Cocottes propose du « prêt à manger de qualité », fabriqué tous les jours dans ses cuisines à Luxembourg par une équipe de professionnels, qui cuit, transforme, assaisonne des produits frais, de

saison, issus de l'agriculture biologique, de circuits courts ou d'artisans et petits producteurs, avec un esprit de partage et la passion des bonnes choses. Un concept décliné maintenant au Glacis, avec l'ouverture d'une troisième enseigne de 60 places assises, une vingtaine en cour intérieure et une nouveauté : la possibilité de déguster un verre de vin ou une bière Clausel pour accompagner son déjeuner. ●

www.cocottes.lu

LION D'OR

POUR « S'INITIER » À LA GASTRONOMIE

Evelyne et Jérémy Parjouet ont repris le restaurant Lion d'Or en janvier 2015. Le jeune chef, qui s'était vu récompenser par une étoile Michelin dans un autre établissement, ne cesse d'innover et a décidé de faire rugir de plaisir les gastronomes amateurs...



Dans un bâtiment qui avait déjà subi une cure de jouvence en 2012, Jérémy – avec deux « m » – Parjouet a installé d'un côté la brasserie, où l'ambiance se veut simple, décontractée et chaleureuse, et où chacun peut découvrir ou redécouvrir une cuisine traditionnelle de terroir à base de produits frais.

De l'autre côté, un espace se veut plus gastronomique. Là, le chef donne libre cours à son imagination pour faire partager sa passion autour d'une carte changeant régulièrement au fil des saisons, où seuls des produits de qualité ont leur place.

Tous les mercredis soir, du côté gastronomique, Jérémy Parjouet propose désormais un menu « Initiation à la gourmandise » en cinq services, suivant

les produits du marché et son inspiration, au prix plus que raisonnable de 70 euros. L'accord mets et vins, l'eau et la boisson chaude, tout est compris. Avec l'arrivée des beaux jours, une belle terrasse de 60 places, réparties entre le restaurant gastronomique et la brasserie, accueille les convives.

Et comme le chef n'est jamais à court d'idées, Le Lion d'Or propose aux cuisiniers en herbe ou plus éclairés des cours de cuisine le lundi soir sur réservation (cession de 6 à 12 personnes). ●

*Brasserie restaurant
Lion d'Or
1, route d'Arlon, Strassen –
Tél. : 26 33 44 04*

LIDL

ET DE NEUF!

La chaîne de supermarchés Lidl a ouvert, fin avril, son neuvième point de vente luxembourgeois à Beggen, créant du même coup 24 nouveaux emplois.



Une architecture sobre et accueillante, des extérieurs et une aire de parking redessinés : de l'ancien bâtiment, qui abritait une concession automobile, il ne subsiste plus que le gros œuvre.

Ce nouveau magasin de l'enseigne allemande Lidl présente une esthétique élégante, semblable à celle du Lidl de Strassen récemment inauguré.

215 m² supplémentaires ont été ajoutés à la structure originale, afin de créer un espace de cuisson pour la boulangerie du jour et des chambres froides destinées à la conservation du frais. La surface nette du supermarché s'élève ainsi à 1.285 m² et le consommateur peut y retrouver les fondamentaux de l'enseigne.

Outre le corner boulangerie et les viennoiseries cuites sur place, tout un assortiment de produits frais : fruits, légumes, poissons et viandes ; certains produits, comme les trois variétés de noix, sont présentés en vrac. Par ailleurs, des en-cas de mini-poivrons, mini-concombres, mini-pommes, etc., commercialisés sous la marque Maya l'Abeille, sont proposés aux caisses afin de favoriser les achats d'impulsion.

Autant de nouveautés initiées pour faire, selon les responsables de l'enseigne, d'un moment shopping une expérience agréable et authentique, à laquelle contribuent activement les 24 employés du nouveau point de vente. ●

CENTRE COMMERCIAL OPKORN

PREMIÈRE PIÈRE POSÉE!

Les premières enseignes du centre commercial Opkorn seront annoncées demain 12 mai, à l'occasion de la pose symbolique de la première pierre du bâtiment.



Dès la fin 2017, de nombreuses enseignes de beauté, de prêt-à-porter et de services viendront compléter l'offre commerciale déjà présente à Differdange. Elles ouvriront dans la galerie commerciale Opkorn, avec l'hypermarché Auchan, qui accueillera à terme près d'une trentaine de boutiques et trois restaurants. Ces dernières semaines, une impressionnante foreuse d'une vingtaine de mètres de hauteur s'activait sur le site. Elle a d'ores et déjà posé les 400 pieux sur lesquels s'appuient les fondations du bâtiment. Les premiers éléments préfabriqués sont désormais en cours d'assemblage sur le chantier. Ils donneront dès la mi-juin une idée précise de la

silhouette de l'immeuble. Les travaux de gros œuvre, exécutés par l'entreprise CLE, se poursuivront jusqu'à la mi-novembre. Ils seront suivis de près par les autres corps de métier, encadrés par le développeur du projet Ikogest et l'architecte luxembourgeois Stefano Moreno.

Le projet de centre commercial s'étend sur une surface de plus de 30.000 m² et représente un investissement de plus de 50 millions d'euros. Il est implanté sur l'ancien plateau du funiculaire, et se trouve à proximité du centre-ville et de futures nouvelles habitations et s'intégrera ainsi parfaitement au tissu urbain existant et en devenir. ●



HANFF – GLOBAL HEALTH SOLUTIONS

Obtention de la certification BPD/GDP

Hanff – Global Health Solutions, acteur majeur dans le domaine pharmaceutique luxembourgeois, vient d'être certifié par le bureau TÜV Rheinland France pour ses bonnes pratiques de distribution en gros des médicaments à usage humain (BPD), plus connue sous GDP – « Good Distribution Practice of medicinal products for human use ». Cette certification concerne aussi bien l'approvisionnement, la réception, le stockage des médicaments que la préparation et la livraison des commandes (en particulier les produits nécessitant des conditions spéciales comme les produits thermosensibles). Hanff – Global Health Solutions est le premier grossiste répartiteur du Grand-Duché de Luxembourg à obtenir la certification BPD. Elle récompense ainsi les efforts

permanents de la société pour améliorer la qualité du service et pour l'importance accordée à la satisfaction de ses clients. La certification BPD garantit que le niveau de qualité défini par les bonnes pratiques de fabrication (BPF) est maintenu tout au long du réseau de distribution, de sorte que les produits sont distribués sans la moindre altération de leurs propriétés. Hanff – Global Health Solutions est également certifié ISO 9001:2008 pour la distribution en gros de médicaments, de produits pharmaceutiques, de produits parapharmaceutiques, de dispositifs médicaux, de produits vétérinaires et d'autres produits de santé, gestion des retraits / rappels de lot(s) et des alertes de vigilance (pharmacovigilance, cosmétovigilance, matériovigilance), collecte des échantillons biologiques auprès des vétérinaires et la fourniture de services. ●



BRASSERIE DE LUXEMBOURG La Diekirch Radler arrive au Luxembourg

La Brasserie de Luxembourg Mousel-Diekirch a lancé fin avril la Diekirch Radler afin de répondre à une évolution d'un consommateur plus conscient de ses choix en termes de consommation de bière. Avec l'arrivée sur le marché d'une bière comme Diekirch Radler, une variante à faible teneur en alcool

(seulement 1,1%), au goût fruité et rafraîchissant, la Brasserie de Luxembourg propose ainsi aux amateurs de bière une réelle alternative au Luxembourg. La nouvelle bière Diekirch affirme la volonté de la maison de proposer des réelles alternatives en matière de bière à faible teneur en alcool sur le marché local. Diekirch Radler goût Lemon & Lime est disponible en bouteille et en canette. ●

LUXEMBOURG AIR RESCUE

INSTALLATION OFFICIELLE AU FINDEL

Après un peu plus d'un an de travaux de construction, Luxembourg Air Rescue (LAR) a emménagé dans son nouveau bâtiment à l'aéroport du Findel.



Trois hangars d'une surface de 3.600 m² pour héberger la flotte de LAR, 3.500 m² de bureaux comprenant une centrale d'alerte ultra-moderne et des salles de formation innovantes : les nouvelles installations érigées sur le terrain de l'aéroport ont été négociées avec l'opérateur de l'aéroport, Lux-Airport, pour un contrat de bail de 30 ans. Le nouveau bâtiment offre de nombreux avantages. Il servira ainsi de « poste médical avancé » pour l'aéroport, puisque l'équipement fait partie du règlement des aéroports internationaux, permettant de garantir des interventions de secours en cas d'urgence. Cent lits d'urgence avec tous les équipements médicaux nécessaires sont stockés dans les hangars de LAR afin d'être disponibles dans les 20 minutes si besoin. En outre, LAR est désormais MDI Helicopters Service Center certifié

et pourra effectuer de façon autonome l'entretien et la maintenance de ses hélicoptères, ce qui permettra de faire des économies substantielles, puisque les transferts coûteux des hélicoptères à l'étranger sont supprimés et les travaux de maintenance des avions sanitaires pourront être achevés dans les hangars de LAR. Enfin, le personnel de LAR est réuni sur un seul site. Ce rapprochement offrira une meilleure collaboration des équipes pour conserver les standards de qualité de LAR pour le bien des patients et des membres. Le coût du nouveau siège social s'élève à 12 millions d'euros et représente le plus gros investissement de l'histoire de LAR. À l'exception d'un subside de 680.000 euros du ministère de l'Économie, la globalité des coûts de cet investissement est prise en charge par LAR et ses membres. ●

Offrez-vous le 1^{er} réseau
de stations-service au
Luxembourg.



Aral Card Luxembourg

Tél. : 34 62 62 -29

aralcard@aral.lu

Contactez-nous pour profiter de
nos conditions.



Alles super.

BRÈVES



SOURCES ROSPORT

Un Pom's qui a la pêche

Fortes du succès de Rosport Pom's créé en 2012, les Sources Rosport ont testé d'autres goûts pour élargir la gamme de ses boissons naturelles à base de fruits. C'est la pêche qui a remporté les suffrages des consommateurs. Ainsi est né Pom's Piisch, produit fabriqué, comme son aîné, à partir d'ingrédients naturels, sans sucre ajouté, riche en calcium et magnésium, certifié vegan et sans gluten. Il est proposé en bouteilles PET 100 % recyclables de 50 cl et en pack de six.



LEGITECH

Parution annuelle

Publié tous les ans depuis 2010, le Livre des impôts luxembourgeois pallie l'absence de Code fiscal officiel au Luxembourg. L'ouvrage réunit l'ensemble de la législation et de la réglementation fiscale luxembourgeoise, applicable au 1^{er} janvier 2016, en matière d'impôt sur le revenu, d'impôt sur la fortune, d'impôt commercial communal, d'impôt foncier, de TVA ainsi que de droit d'enregistrement, de timbre et de succession.



BIKE43

Bien sur ses roues

Bike43, start-up qui a imaginé un vélo électrique familial innovant, vient de décrocher, grâce au partenariat nyuko-Bil, un financement bancaire, garanti par la MCAC, pour accélérer son développement. Jean-Michel Mertz et Étienne Richelle, les deux associés de Bike43, ont suivi le programme 1,2,3 GO de nyuko et remporté le « coup de cœur du jury ». Ils avaient

déjà été remarqués dans le cadre du forum de capital risque Seed4start par plusieurs investisseurs de la Grande Région. Leur vélo électrique permet de transporter jusqu'à deux enfants à l'arrière en toute sécurité. C'est un produit qui peut accompagner ses utilisateurs sur le long terme grâce à un système modulaire permettant d'ajouter ou d'enlever facilement sacoches, paniers ou sièges enfants. ●

ATHOME GROUP / CARITAS

Solidarité active

Dans le cadre de sa politique de RSE, atHome Group a signé un partenariat avec Caritas Luxembourg. L'entreprise et ses employés se sont sentis concernés par les problèmes de mal-logement, souvent liés à des situations de pauvreté. Ils ont ainsi décidé de mettre en place des actions solidaires de lutte contre les inégalités et de placer ces initiatives au cœur de la culture de l'entreprise. Le premier projet de la collaboration est la promotion d'une résidence mixte (seniors / étudiants) qui devrait voir le jour d'ici fin 2016, à Beggen. Ce type de résidence contribue à lutter contre l'isolement et encourage l'entraide entre les locataires. ●

BRASSERIE NATIONALE

MEILLEUR BRASSEUR-MALTEUR

Le meilleur apprenti brasseur-malteur de la promotion 2015-2016 du Fritz Henßler Berufskolleg de la Ville de Dortmund est un étudiant luxembourgeois, formé à la Brasserie nationale.



La Brasserie nationale collabore régulièrement avec la Chambre de Commerce pour l'accueil et la formation d'apprentis brasseurs-malteurs. Grâce à un accord transfrontalier, ces apprentis peuvent accéder aux instituts de formation les plus réputés dans le monde brassicole, situés en Allemagne, tout en suivant leur formation pratique au Luxembourg. Bon nombre de brasseurs-malteurs et maîtres brasseurs recrutés ces dernières années par la Brasserie nationale ont été formés par l'Institut FHBK (Fritz Henßler Berufskolleg) de Dortmund ou la TU München-Weihenstephan. Pour chacun d'eux, la formation duale ou apprentissage a

été un tremplin vers une embauche au sein de l'entreprise formatrice.

La Brasserie nationale est particulièrement fière d'avoir contribué à la formation de Maurice Klein (photo), qui a fini son apprentissage comme meilleur apprenti brasseur-malteur de la promotion 2015-2016 du Fritz Henßler Berufskolleg. Avant de commencer son apprentissage, Maurice Klein avait obtenu un diplôme de technicien de l'environnement naturel au Lycée technique agricole d'Ettelbruck. Il travaillera dorénavant dans la salle de brassage de Bofferding à Bascharage. Un nouvel apprenti, David Jass, a déjà pris sa suite en effectuant un apprentissage transfrontalier. ●

**e-Reputation
choisie,
pas subie!**



AXA Assurances Luxembourg S.A. - R.C.S. Luxembourg : B 84524

parlons
de **PRO à PRO**

TeamUp Multirisques Pro

Ce qui se dit de vous sur Internet est aussi important que votre savoir-faire!

Que votre entreprise soit sur Internet ou non, vos clients, partenaires ou concurrents alimentent sa réputation sur le net. Avec la garantie e-Reputation, AXA met à votre disposition une équipe d'experts pour vous informer et vous accompagner en cas de crise (diffamation, divulgation, injure, dénigrement, usurpation d'identité).

Pour plus de détails, contactez votre Agent AXA ou votre Courtier.



www.axa.lu/fr/eReputationPro

d'Assurance / **nei erfannen**



BRÈVES



ÉDITIONS

PROMOCULTURE-LARCIER

L'Actualité du droit du travail

L'Actualité du droit du travail au Luxembourg est le premier tome d'une série à venir. Ouvrage avant tout didactique, l'auteur, David Giabani, a extrait et commenté les passages permettant aux intéressés de trouver des réponses rapides à de nombreuses questions.

Ce 1^{er} tome s'adresse aux cadres RH autant qu'aux salariés, toutes catégories socio-professionnelles confondues. Les sujets sont vastes et reflètent la diversité des problématiques de droit dont sont saisis les juges : harcèlement, licenciement économique, absences injustifiées, non-paiement des salaires, etc. Disponible en librairie et sur www.promoculture-larcier.lu.

BROADCASTING CENTER EUROPE (BCE)

Sélectionné par la Croatie

La HRT (Hrvatska radiotelevizija), le principal radiodiffuseur public en Croatie, a sélectionné BCE pour l'installation d'un système de production tous fichiers clés en main suite à un appel d'offres. Ce système accélérera les workflows de production de programme et mettra à niveau le système actuel de production linéaire tout en étant compatible avec le contenu HD et SD. La HRT est un radiodiffuseur national public, financé principalement par la publicité.

ARCELORMITTAL

UN NOUVEAU SIÈGE SOCIAL AU KIRCHBERG

ArcelorMittal a confirmé il y a quelques semaines son engagement quant au maintien de sa présence au Luxembourg. Un engagement qui se matérialisera par la construction de son nouveau siège social au Kirchberg.

Suite à une série d'échanges fructueux avec les représentants du gouvernement luxembourgeois, le numéro un mondial de l'industrie sidérurgique et minière a fait part de sa volonté de s'installer sur le territoire de la Ville de Luxembourg, mais également, afin de soutenir l'État luxembourgeois dans ses efforts de développement territorial, de lui céder des lots de terrains disponibles pour le développement de logements et d'activités industrielles et commerciales.

ArcelorMittal, qui a son siège social à Luxembourg-ville depuis la fusion d'Arcelor et de Mittal Steel en 2006, est actuellement basée au 24-26 boulevard d'Avranches. Elle construira son nouveau siège social - un bâtiment emblématique en acier - dans le quartier européen, sur une par-



celle proche du centre de conférences européen.

De plus, ArcelorMittal poursuit sa modernisation par des investissements conséquents dans ses activités industrielles au Luxembourg. La société a récemment réalisé un investissement de 35 millions d'euros sur son site de Belval, destiné à améliorer la performance de sa ligne de production de palplanches et a décidé d'investir 35 millions d'euros supplémentaires sur son site de Differdange dans une nouvelle technologie de finition pour renforcer son leadership mondial dans les poutrelles en acier de grandes dimensions. ●



PAUL WURTH INCUB

C'est parti pour la saison 1

En lançant le premier appel à projets pour son incubateur Paul Wurth InCub, Paul Wurth a démarré son programme de soutien à de nouvelles entreprises technologiques et innovantes. Développée en collaboration avec l'incubateur luxembourgeois Technoport, l'initiative consiste à accueillir et

soutenir de jeunes entreprises pour la mise en œuvre et le développement de leurs projets. Les candidats peuvent déposer un dossier jusqu'au 13 mai via <http://incub.co>. 15 candidats seront ensuite invités à présenter leur projet devant un jury d'experts. Les projets qui rejoindront la saison 1 de Paul Wurth InCub seront désignés en juin 2016. ●

LUXAIR

Du nouveau sur le web

Luxair a lancé de nouvelles solutions d'enregistrement mobiles et de nouveaux services d'informations de vol améliorés sur le web et sur appareils mobiles. Identification à l'aide du numéro miles & more, changement de siège, réédition des cartes d'embarquement, nouvelles options d'enregistrement pour les groupes, possibilité d'annuler un enregistrement et de s'enregistrer via le web pour un vol pour les Classes Affaires et Flex, figurent au nombre de ces nouvelles solutions. De nouveaux services d'alerte automatisés par SMS et e-mail signalant retards, changements d'horaires ou annulations de vols ont aussi été mis en place. ●

Photos: Pierre Guersing, Paul Wurth

MOVE IT. MAKE IT. WORK IT. TRANSIT.



LA GAMME FORD **TRANSIT**

Une gamme complète avec le Transit Courier, le Transit Connect, le Transit 2T et le Transit Custom. Plus intelligents, plus robustes, plus efficaces à tout point de vue. Rien ne vous emmènera aussi loin. ford.lu



Go Further

 **3,8-9,7 L/100 KM.**  **99-255 G/KM CO₂.**

Les chiffres de consommation et d'émission s'appliquent aux véhicules avec les pneus de série, comme décrit dans les équipements de série. Des pneus optionnels peuvent engendrer d'autres valeurs d'émission de CO₂ et de consommation. Contactez votre distributeur Ford pour plus d'informations. Donnons la priorité à la sécurité. Informations environnementales [A.R. 19/03/2004]: www.ford.lu/environnement.



BUDERUS / BSH
ÉLECTROMÉNAGER

Maison intelligente et design

Il est aujourd'hui possible de piloter de nombreux appareils électroménagers à partir de smartphones et tablettes, la connectivité des appareils ayant investi la vie quotidienne. Chauffage, éclairage, sécurité ou multimédia, les domaines d'application sont nombreux. Dans ce sillage, Ferroknepper Buderus a lancé la ligne de chaudières

Titanium au design élégant permettant notamment de gérer la température de son logement ou sa consommation à distance. L'entreprise BSH Électroménager propose, elle, grâce à la nouvelle application Home Connect, d'accéder à de nombreux appareils électroménagers des marques Siemens ou Bosch, tels que four ou réfrigérateur, via son smartphone ou sa tablette afin d'en gérer les nombreuses fonctions à distance. ●

KBL EPB

Une présence étendue aux Pays-Bas

KBL European Private Bankers (KBL epb), basée à Luxembourg, a signé un accord préliminaire pour le rachat d'Insinger de Beaufort, un leader de la banque privée aux Pays-Bas, à BNP Paribas Wealth Management. Cette acquisition est soumise à l'approbation des autorités réglementaires compétentes et d'autres parties aux Pays-Bas, tout comme la fusion envisagée entre Insinger de Beaufort et Theodoor Gilissen, dont les sièges se situent à Amsterdam. Membre de KBL epb, Theodoor Gilissen est une banque privée néerlandaise primée qui offre à sa clientèle des services personnalisés et indépendants depuis 135 ans.

À l'issue de cette fusion, Insinger de Beaufort et Theodoor

Gilissen géreront plus de 20 milliards d'euros d'actifs. L'entité fusionnée deviendra alors l'une des plus solides banques privées pure-play du pays, avec plus de quatre siècles d'expérience collective aux Pays-Bas.

Ses clients bénéficieront également de l'approche de type « boutique » à laquelle ils sont accoutumés, accessible à partir d'un seul et unique point de contact expert. Outre ses activités néerlandaises, Insinger de Beaufort exploite une succursale au Royaume-Uni, où une équipe de gestionnaires basée à Londres propose des services de gestion de fortune à un important portefeuille de clients, ce qui représente une excellente opportunité pour le groupe de développer ses activités au Royaume-Uni et tout particulièrement à Londres. ●

NUMEN EUROPE / LABGROUP

ACCOMPAGNER L'UNI VERS LE DIGITAL

L'Uni a lancé un projet de digitalisation des dossiers d'inscription visant la dématérialisation des services étudiants. Numen Europe et Labgroup l'ont accompagné dans ce projet de transformation.

Inscrite dans une logique de services vis-à-vis de ses étudiants, l'Uni a souhaité tirer profit de la loi luxembourgeoise du 25 juillet 2015, relative à l'archivage électronique, pour la digitalisation des dossiers d'inscription visant la dématérialisation des services étudiants. Pour cette mission, elle a fait appel aux services combinés de Numen Europe et de Labgroup. Avec 6.200 inscrits, l'Uni gère, en moyenne, 20.000 dossiers d'inscription par an. Les attestations et autres diplômes

devant rester disponibles durant plusieurs dizaines d'années, l'Uni a profité de son déménagement sur le site de Belval pour dématérialiser ses archives et développer les services en ligne. « Via un guichet unique d'échange d'informations ou one-stop shop, les étudiants peuvent accéder à leur dossier numérique, obtenir des informations et échanger des documents avec l'Université sans se déplacer », explique Eric Tschirhart, vice-recteur académique de l'Université et initiateur du



projet. De plus, la dématérialisation des dossiers est un vrai gain de temps de recherche et de manipulation pour les personnels administratifs de l'Uni.

Tout au long du processus, Numen Europe et Labgroup ont ainsi trié et traité plus de 3 millions de pages d'archives papier, soit 670 mètres linéaires, et mis

en place une chaîne logistique intégrée, ultra-sécurisée.

Les services assurés par Numen et Labgroup étant certifiés « Prestataire de services de dématérialisation et/ou de conservation », les dossiers étudiants peuvent ainsi être conservés par l'Uni pendant une durée prévue de 50 ans. ●

GUARDIAN GLASS EUROPE

35 ANS DE PRÉSENCE AU LUXEMBOURG

Étienne Schneider, Vice-Premier ministre et ministre de l'Économie, a inauguré officiellement, aux côtés des dirigeants de Guardian, le nouveau siège européen de l'entreprise à Bertrange.

Guardian Industries' Glass Group en Europe est l'un des principaux fabricants de produits verriers de haute qualité pour les applications commerciales, résidentielles, d'architecture intérieure et automobile. L'activité principale de l'entreprise est la production de verre *float* et de verre à couches et feuilleté à valeur ajoutée. Quelque 120 personnes gèrent les activités régionales de l'entreprise au sein du nouveau siège luxembourgeois.

Guardian, dont le siège se situe à Auburn Hills, dans le Michigan, fabrique aussi des garnitures automobiles et assure la distribution de produits de construction. Grâce à ses centres de recherche et de développement, Guardian est à la pointe de l'innovation.



Lors de l'inauguration, Étienne Schneider, dans son allocution, a insisté sur la nécessité d'avoir des centres d'excellence implantés dans des pôles stratégiques tels que le Luxembourg.

Guus Boekhoudt, *vice président Europe* du Guardian Industries' Glass Group, a souligné que ces nouveaux locaux permettent « d'intégrer des fonctions centrales clés dont la chaîne d'approvisionnement, la logistique, la planification des demandes, le marketing, la gestion des produits, les finances et autres, créant un environnement propice à l'innovation des produits et à la création de valeur pour nos clients ». ●



TANGO Nouveau concept à la Belle Étoile

Tango a ouvert une toute nouvelle version de son point de vente de la Belle Étoile. Le concept, inspiré par les clients, présente un espace totalement revu afin de donner une meilleure visibilité à l'ensemble des offres. Parmi les principales nouveautés, la possibilité de tester la totalité des produits grâce à des

zones spécifiquement dédiées présentant une sélection de smartphones et tablettes. De plus, les clients Tango TV peuvent maintenant découvrir en intégralité et en très grand format tous les contenus et fonctionnalités proposés. Le point de vente offre des outils digitaux facilitant les procédures administratives et rendant les informations produits toujours plus transparentes. ●

BRÈVES



PUBLICATION

Comment se faire payer ?

Exposant les principales règles juridiques en la matière, cet ouvrage paru aux éditions Anthemis constitue une mine d'informations et de conseils pratiques sur le recouvrement de créances des clients professionnels ou particuliers. Il propose une série de mesures préventives à adopter afin de limiter le risque d'impayés et examine les procédures amiables et judiciaires de recouvrement, en mettant l'accent sur les nouveautés intervenues. Rédigé par des professionnels du droit, sous la direction de Marianne Dickstein, ce guide s'adresse aux entreprises et aux indépendants.

DEGROOF ET PETERCAM Fusion effective

Banque Degroof Petercam Luxembourg est née : la fusion des deux maisons est effective depuis début avril. Les deux maisons mères ayant déjà fusionné au 1^{er} octobre 2015, cette dernière étape finalise la création de la nouvelle Banque Degroof Petercam à Luxembourg. Degroof Petercam Luxembourg affiche ses nouvelles couleurs avec ambition et fierté. La fusion s'inscrit dans le développement stratégique du groupe au sein duquel l'entité luxembourgeoise joue un rôle essentiel.

GENERAL TECHNIC

Partenariat professionnel lumineux

General Technic propose depuis plus de 40 ans des produits de qualité, à la pointe de la technologie. Suivant les nouvelles normes européennes d'éclairage et pour apporter toujours plus de services à ses clients B2B, General Technic a un nouveau partenariat avec le segment Lighting de Thomson. Ce partenariat allié à des solutions sur mesure permet à General Technic d'assurer la transition des anciennes technologies d'éclairage (halogène, fluorecente et fluocompacte) vers la technologie LED en apportant le service après-vente et logistique de General Technic. Cette gamme de produits et de solutions comprend notamment des appareils pour le résidentiel, tertiaires ou des produits spécifiques pour les halls industriels. ● www.general-technic.lu

BRÈVES



ÉDITIONS ANTHEMIS

**Digital Finance –
La finance numérique**

La révolution numérique touche désormais tous les secteurs, y compris la finance, protégée par un environnement réglementaire spécifique. Ce bouleversement affecte les banques, les entreprises d'assurance, les sociétés de gestion et les entreprises de marché. L'ouvrage s'intéresse aux paiements numériques, aux investissements numériques et à la cybercriminalité.

ING LUXEMBOURG

**38.500 euros
pour Unicef Luxembourg**

Depuis plus de 10 ans, ING et l'Unicef sont associés afin de soutenir les enfants et les jeunes de régions défavorisées. Au Grand-Duché, la volonté de la Banque est de faire le lien entre ses actions, ses clients et l'utilisation de ses produits, en donnant un centime d'euro à Unicef-Luxembourg pour chaque transaction effectuée par ses clients avec leur carte Visa ING Luxembourg. Dans ce cadre, cette année, Luc Verbeken, CEO d'ING Luxembourg, a remis un chèque de 38.500 euros à Unicef-Luxembourg.



EXECUTIVE LANE

**Déplacements
haut de gamme**

Dévoilée mi-mars, Executive Lane, une marque de Sales-Lentz, propose un nouveau service de limousines haut de gamme avec chauffeurs et conciergerie destiné aux déplacements business. Tous les chauffeurs d'Executive Lane peuvent se prévaloir d'une certification Dekra,

une exclusivité au Luxembourg, et ont suivi une formation spéciale VIP. Ils se distinguent par leur discrétion, leur fiabilité et leur orientation client. Quant au luxueux parc de véhicules, il est constitué d'une flotte de limousines allant de la Mercedes-Maybach jusqu'à la plus grande limousine d'Europe, pouvant accueillir jusqu'à 21 passagers. ● www.executive-lane.com

UPCRM

**Silver Consulting
Partner**

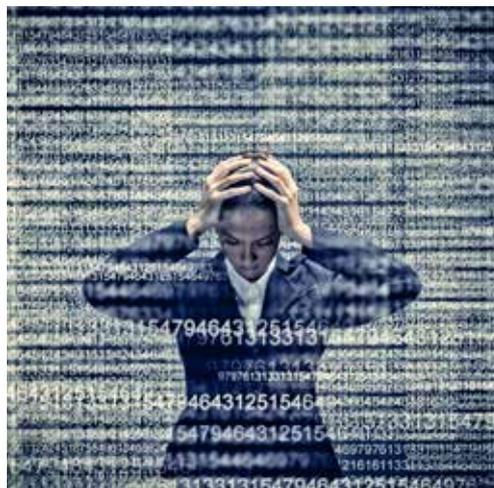
UpCRM est la première société au Luxembourg à atteindre le niveau Silver Consulting Partner de Salesforce. Cette distinction couronne les efforts réalisés depuis trois ans par les collaborateurs de la société et souligne l'engagement d'UpCRM pour fournir aux entreprises luxembourgeoises l'ensemble des solutions de Salesforce, leader mondial du cloud computing d'entreprise. Prochain objectif de la société : atteindre le niveau « réservé à quelques sociétés en Europe », explique Patrick Ittah, chief operating officer de UpCRM. ●

**E-REPUTATION :
AUSSI POUR
LES PRO !**

Après avoir lancé une première offre e-protection à destination des particuliers en 2015, Axa Luxembourg étend sa solution aux professionnels.

Ce qui se dit du professionnel et de son entreprise sur internet est aussi important que son savoir-faire. Que l'entreprise soit présente sur le net ou non, ses clients, ses partenaires ou ses concurrents peuvent y alimenter sa réputation et son image, avec tous les risques que cela peut comporter. De plus, les conséquences, si ces risques ne sont pas maîtrisés, peuvent coûter cher à l'entreprise, tant du point de vue de l'image que financier.

Perte de confiance des clients, atteinte à la réputation et à l'image de marque, baisse des ventes et du chiffre d'affaires, frais juridiques, recours à des experts informatiques, pertes d'exploitation : les dégâts sont bien réels et peuvent aller jusqu'à ruiner l'entreprise, si elle ne se protège pas.



La solution e-protection pro d'Axa englobe ainsi divers services, allant de la mise à disposition d'une équipe d'experts qui apportent conseils et accompagnement en cas de crise (appui juridique et conseils sur les bonnes pratiques à mettre en œuvre) à la prise en charge des frais de nettoyage des publications malveillantes sur le net ou la défense des intérêts pour un règlement à l'amiable avec prise en charge des frais de défense en justice si nécessaire. ●

www.axa.lu/fr/eReputationPro



www.mercedes-benz.lu

Consommation de carburant cycle urbain/extra-urbain/mixte: 17,1 - 11,4/8,6 - 6,4/11,9 - 8,3 l/100 km
Émissions de CO₂ en cycle mixte: 279 - 193 (g/km)

La nouvelle Classe S Cabriolet. The touch of excellent refinement.



Mercedes-Benz Centre
45, rue de Bouillon
L-1248 Luxembourg

Mercedes-Benz Esch
190, route de Belvaux
L-4026 Esch/Alzette

Garage Jean Wagner
17, rue de l'Industrie
L-9250 Diekirch

FOYER

LE GROUPE INVESTIT DANS L'IMMOBILIER LUXEMBOURGEOIS

Foyer investit dans trois grands projets immobiliers au Luxembourg, confirmant son statut d'acteur financier dynamique et d'employeur de choix au Grand-Duché.



Installés depuis 2006 à Leudelange, le groupe Foyer et ses sociétés emploient aujourd'hui au Luxembourg 595 salariés travaillant dans l'assurance, la gestion d'actifs et le *private equity*, soit 150 collaborateurs de plus qu'il y a 10 ans.

Pour accompagner sa croissance et diversifier ses sources d'investissements dans un contexte

boursier morose, Foyer a fait le choix de placer une part importante de ses actifs dans un secteur d'avenir : l'immobilier.

Fin 2015, Foyer a ainsi entamé la concrétisation d'un projet imaginé il y a plus de 10 ans : l'extension de son siège social à Leudelange. Dès 2018, le nouveau bâtiment Foyer, construit selon des normes écorespon-

sables, pourra accueillir sous un même toit tous les collaborateurs et activités du groupe au Grand-Duché.

Parallèlement à son propre immeuble, Foyer investit également dans la construction de deux bâtiments de promotion à usage locatif, les immeubles Air et Dya-pason à Gasperich. Il compte sur ces investissements à long terme

pour diversifier son portefeuille d'actifs et sécuriser un rendement attractif et sûr dans un environnement financier particulièrement difficile.

Ces placements fonciers s'élèvent à quelque 135 millions d'euros et témoignent de la vision stratégique et de la confiance en l'avenir des actionnaires du groupe. ●



GOERES HORLOGERIE Un espace exclusif pour Rolex et Patek Philippe

Goeres Horlogerie (rue Philippe II à Luxembourg) accueille désormais un espace luxueux où sobriété et élégance se donnent un rendez-vous harmonieux. Après quelques travaux de transformation, la boutique est devenue un espace exclusif réservé aux deux marques de renom Rolex et Patek Philippe.

Robert Goeres soulignant que « ces grandes manufactures de montres apprécient le fait d'être représentées dans un magasin à caractère unique, qui reflète parfaitement leurs identités respectives. De son côté, le client apprécie aussi ce changement car, en franchissant le seuil de l'établissement, il sait qu'il va transformer son acte d'achat en un événement particulier. » ●

PRIX DE L'ENTREPRENEUR DE L'ANNÉE

EY annonce le lancement officiel

Fort de son ancrage local et d'une expérience internationale de plus de 90 ans dans le secteur des PME et des entreprises familiales, EY organise pour la cinquième fois le concours de l'Entrepreneur de l'année au Luxembourg. Une opportunité unique pour les entrepreneurs du Grand-Duché de Luxembourg d'être reconnus pour leur parcours exceptionnel aux niveaux local et international. Créé il y a tout juste 30 ans par EY aux États-Unis, le prix de l'Entrepreneur de l'année s'étend aujourd'hui à 150 villes dans 70 pays et récompense plus de 900 lauréats exceptionnels chaque année. Il apparaît comme l'une des plus prestigieuses récompenses décernées aux entrepreneurs du monde entier. Soumis à un processus de sélection rigoureux, les entrepreneurs sélectionnés sont ensuite

invités à un échange avec des professionnels d'EY Luxembourg, en vue d'établir un diagnostic de leur entreprise et de soumettre un dossier d'analyse aux membres d'un jury indépendant, composé de représentants du monde économique reconnus. Cette année : Nicolas Buck (Fedil), président du jury, René Elvinger (vainqueur du Prix de l'Entrepreneur de l'année 2013), Jacques Hirtt (Fédération des jeunes dirigeants), Fernand Ernster (clc), Gérard Hoffmann (ICTLuxembourg), Tom Theves (ministère de l'Économie), Carlo Thelen (Chambre de Commerce). Le vainqueur participera à la compétition mondiale à Monte-Carlo, en juin 2017. Les candidats au Prix de l'Entrepreneur de l'année doivent adresser leur candidature d'ici au 27 mai prochain : www.eoy.lu. ●



✦ Stefan Alexis,
Conseiller entreprises

“Lorsque je conseille un entrepreneur, je me demande toujours ce que je ferais s’il s’agissait de ma propre entreprise.”

Avec Stefan, nous préservons vos intérêts avant tout. Notre Maison cultive depuis près d’un siècle, un savoir-faire unique. Une exigence et une attention de tous les instants. Un engagement à vos côtés à chaque étape de votre vie.
À la Banque de Luxembourg, nous sommes là pour vous. Tout le temps et pour longtemps.

Pour en savoir plus, contactez-nous au 48 14 14 ou sur www.banquedeluxembourg.com

- Conseil en placements
- Préservation, valorisation et transmission du patrimoine
- Solutions de financement
- Accompagnement des entrepreneurs

BRÈVES



WOLTERS KLUWER

IFRS quiz

IFRSs are complex, reflecting the intricacy of today's global economic and business environment and the uncertainty inherent in the exercise of professional judgement. This book's intention is to enhance knowledge of IFRSs among preparers, users and auditors of financial statements. It discusses issues of theory and practice, proposes alternative solutions and provides links to the relevant sections of IFRS literature. The 500 multiple choice questions included in this book test the reader's knowledge of all standards and interpretations issued by the IASB and its predecessor body as at 30 September 2015.

AUTOMOTIVE SUPPLIER

Two awards for IEE

In March, IEE received two prestigious awards. On Wednesday 2 March 2016, the company was presented with the Leadership Award in the Innovation category from Yanfeng Automotive Interiors (formerly Johnson Controls) for its collaboration on a new heated armrest for door panels. And on Thursday 18 March 2016, the company was recognised with a CLEPA Innovation Award at a ceremony in Brussels. IEE and BMW were jointly presented with the third prize in the Co-operation category for Hands Off Detection (HOD).

SODEXO

50 ANS DONT 35 AU LUXEMBOURG

Sodexo, société fondée en 1966 à Marseille, est venue s'installer très vite sur le marché luxembourgeois, où elle vient de célébrer 35 ans de présence et de développement.

En 35 ans, Sodexo s'est réellement ancrée dans la vie luxembourgeoise. D'abord en offrant ses services de restauration collective à de plus en plus d'entreprises et lieux de vie (hôpitaux, écoles, établissements pour personnes âgées...), puis en diversifiant sans cesse ses services.

En 2016, la société compte 1.850 collaborateurs, se plaçant ainsi au 9^e rang des employeurs privés du pays, pour servir 25.000 consommateurs par jour, répartis sur 70 sites.

Outre la restauration, Sodexo propose une vingtaine de services (gestion du courrier interne, réception, maintenance technique, nettoyage, conciergerie...) ainsi que des programmes « Avantages » et « Récompenses » pour les entreprises et les organisations.



La célébration de cet anniversaire fut l'occasion pour Marc Poncé, directeur général, de rappeler les nombreux engagements de la société en matière sociétale et environnementale : des investissements réalisés pour la qualité et l'hygiène, valant à l'enseigne d'être triplement certifiée, aux projets de réinsertion pour jeunes, en passant par la lutte contre la faim ou la malnutrition, en appui d'associations luxembourgeoises, la réduction, le tri et le recyclage des déchets, la promotion de 600 produits du terroir luxembourgeois ou encore l'engagement en faveur de la diversité. ●



DACHSER

Logistique sur mesure

Dachser, présent au Luxembourg (Grevenmacher) depuis 2011, vient de lancer un nouveau département Corporate solutions, Research & Development, dédié à la conception de solutions logistiques adaptées à certains secteurs à besoins spécifiques. Ayant déjà mis au point une offre à destination des

magasins de bricolage et jardinage (Dachser DIY-Logistics) et une autre pour les produits chimiques (Dachser Chem-Logistics), la société souhaite aller plus loin dans le développement de solutions logistiques sectorielles, intégrant des services à valeur ajoutée en amont ou en aval des prestations de transport et d'entreposage. ●

TELINDUS/ACCELLION

Alliance technologique

Grâce à un partenariat signé avec Accellion, acteur majeur des solutions de partage de fichiers en mode sécurisé, Telindus renforce son offre Telindus Telecom U-share. Cette solution cloud s'adresse à des sociétés qui ont des collaborateurs en situation de mobilité et qui ont besoin d'accéder à des contenus sensibles en toute sécurité ou de partager des données en toute confidentialité. Les entreprises les plus concernées par ce nouveau service, hébergé et géré au Luxembourg, sont celles opérant sur des marchés réglementés tels que les services financiers ou la santé, ainsi que le gouvernement. ●



Pour voir plus loin, il faut innover

Dans le but de promouvoir l'innovation au quotidien, Enovos s'engage activement en faveur du progrès scientifique et technologique, notamment en matière d'efficacité énergétique, de production décentralisée, de smart applications, d'écomobilité et d'énergies renouvelables. Par le biais de sa fondation, le groupe soutient également des projets de recherche du «Luxembourg Institute of Science and Technology» (LIST) et attribue chaque année le «Prix d'excellence» aux meilleurs étudiants ingénieurs.

Energy for today. Caring for tomorrow.

enovos.eu



BRÈVES

TARANTULA DISTRIBUTION
Belle animation

Tout en haut du monde, film d'animation distribué par Tarantula, a reçu le Prix du public au dernier festival d'Annecy et son réalisateur, Rémi Chayé, a remporté le Prix du meilleur réalisateur européen au Cartoon Movie de Lyon. Au Luxembourg, où le film est sorti le 23 mars, Tarantula propose un dossier pédagogique destiné aux enseignants souhaitant voir ce film avec leurs élèves. L'histoire se déroule à Saint-Pétersbourg en 1882 et suit la quête de Sacha, jeune aristocrate partie à la recherche de son grand-père, explorateur renommé qui n'est jamais revenu de sa dernière expédition.

ANNIVERSAIRE
Première bougie pour Wildgen 4 Innovation

Le cabinet d'avocats Wildgen a célébré le 10 mars le premier anniversaire de son département dédié aux start-up. Après avoir suivi de nombreuses jeunes pousses, devenues pour certaines des leaders mondiaux, le cabinet a souhaité mettre en place une plateforme juridique qui permette aux entrepreneurs de se lancer tout en évitant les écueils qui peuvent être fatals aux petites structures. Wildgen 4 Innovation les accompagne en proposant des prestations adaptées à leurs besoins, à leurs contraintes de temps et de réactivité, et surtout à leur budget.

NO-NAIL BOXES
Extension à Wiltz

No-Nail Boxes vient d'investir près de 300.000 € dans la construction d'un nouveau hall pour le stockage de ses caisses pliantes en bois contreplaqué destinées à l'industrie et pour le bois servant à leur fabrication. Avec ce nouvel entrepôt de 1.600 m², la société dispose désormais d'une surface

globale de 7.500 m², répartie entre ateliers de production et surface de stockage, permettant de faire face à la croissance de l'activité et de répondre aux demandes de stockage émanant des clients. Michèle Detalle, administrateur délégué, ajoute que le projet a pu être finalisé en six semaines seulement, grâce à l'efficacité de tous les intervenants. ●

MYSCIENCEWORK
Partenariat pour la diffusion de la science

MyScienceWork est une plateforme de contenus scientifiques créée au Luxembourg, qui comprend une bibliothèque numérique de 30 millions de publications et qui rassemble une communauté de 500.000 chercheurs. La start-up a signé un partenariat avec DeepDyve, le plus grand service de location en ligne de contenus scientifiques non disponibles en libre accès, mettant ainsi à portée de clic 12 millions d'articles supplémentaires, à un prix abordable. Ce service vise en particulier les PME et les particuliers non affiliés à une bibliothèque universitaire. ●

KLIBER
DÉVELOPPEMENT RAPIDE

Kliber, l'application mobile de recrutement par vidéo lancée en 2015, vient de réussir une importante levée de fonds lui permettant d'envisager de nombreux développements.

La start-up luxembourgeoise Kliber a lancé en 2015 une application mobile mettant en relation recruteurs et chercheurs d'emploi par vidéo. Quelques mois après la première publication de l'application dans l'App Store, la start-up a procédé, avec succès, à une première levée de fonds auprès de plusieurs investisseurs, dont RTL Lëtzebuerg, intéressé par les dimensions vidéo et mobile de l'application, car, comme le souligne Alain Berwick, CEO du groupe, « *la vidéo et l'image priment de plus en plus dans les façons de communiquer* ».

Les fonds levés serviront à financer le développement de nouvelles fonctionnalités et à améliorer la performance et la facilité d'utilisation. Une version Android sera mise au point afin que l'application soit présente sur les deux plateformes mobiles les plus utilisées aujourd'hui.



Parmi les autres développements prévus, Kliber proposera la possibilité de se connecter via un compte LinkedIn et de joindre un CV complet à son profil. La start-up prévoit en outre de se développer à l'international, « *un premier pas ayant été franchi dans ce sens puisque l'application est désormais disponible mondialement dans l'App Store* », comme l'explique Nathalie Dondelinger, cofondatrice de Kliber. Enfin, afin de mener à bien tous ces projets, des recrutements sont prévus pour agrandir l'équipe. ●

CACTUS / CONVIS

CACTUS-RËND-FLEESCH VUM LËTZEBUERGER BAUER: 20 ANS DÉJÀ!

Le 9 juillet 1996, Cactus et la Fédération des herd-books luxembourgeois (aujourd'hui appelée Convis) s'engageaient pour la qualité. Vingt ans après, la charte est plus que d'actualité.



Véritable contrat entre les agriculteurs (182 au début), deux abattoirs, trois commissionnaires et l'enseigne Cactus, le label « Cactus-Rëndfleisch vum Lëtzebuenger Bauer » repose sur un cahier des charges très complet qui met l'accent sur la sécurité alimentaire, le respect et le bien-être du bétail et la protection de l'environnement. Ce cahier des charges est régulièrement actualisé selon les enseignements de la pratique, l'évolution des législations et une écoute attentive des exigences des consommateurs.

De nombreux contrôles supplémentaires de qualité s'effectuent à chaque étape de la filière : à la ferme d'élevage, lors du transport, à l'abattoir et dans les boucheries des supermarchés Cac-

tus. Ces contrôles sont supervisés par quatre organes : les autorités vétérinaires de l'État luxembourgeois, Convis, le service Contrôle qualité interne de la Carnesa et Certipaq, un certificateur externe indépendant. En 2015, les 163 éleveurs certifiés ont participé à la commercialisation de 2.000 tonnes de bœuf certifié dans les magasins Cactus. 20 % des bovins commercialisés au Grand-Duché de Luxembourg sont commercialisés dans le cadre du label.

Ces chiffres démontrent, encore aujourd'hui, le succès de cette démarche unique en son genre en Europe et synonyme d'une qualité supérieure et garantissant au consommateur un produit au goût exceptionnel, d'origine régionale. ●



KUEHNE + NAGEL Premier coup de pelle du centre logistique

Kuehne + Nagel Luxembourg a lancé officiellement les travaux de son nouveau centre logistique multifonctionnel à Contern, en présence d'Étienne Schneider, Vice-Premier ministre et ministre de l'Économie, Kevin Nash, directeur général de K+N, Walter Hellmich, CEO Hellmich, et Fernand

Schiltz, bourgmestre de Contern. L'installation disposera de 40 quais de chargement pour un stockage allant jusqu'à 56.000 palettes et une capacité totale d'entreposage de 46.000 m² (dont 20.000 m² dédiés à Fanuc Europe Corporation). Le nouveau centre devrait être opérationnel d'ici fin 2016 et créer 200 emplois en plus des 570 postes actuels. Montant total investi : 22 millions d'euros. ●

RAMBORN

Cidre luxembourgeois, version 2016

Ramborn, le cidre « made in Luxembourg », pour son édition 2016, sera conditionné dans une nouvelle bouteille plus petite de 0,33 l et recyclable, une première sur le marché luxembourgeois, avec un design revu mettant en avant le label « Made in Luxembourg ». Grâce à la récolte exceptionnelle de 2015 et la bonne collaboration avec les agriculteurs locaux, la production 2016 permet de faire revivre une vieille tradition du pays. Un succès pour ce cidre local qui a permis à Ramborn Cider Co. de donner du travail à six personnes dans une première phase et d'engager toute une région dans la culture des vergers. ●

BRÈVES



LUXAVIATION

Uniformes « vintage »

Le groupe Luxaviation adopte de nouveaux uniformes élégants pour le personnel de cabine. Ils puisent leur inspiration dans l'époque d'or de l'aviation des années 1950. Les uniformes, conçus par Jana App-Sandring, directrice du service à la clientèle du groupe Luxaviation, ont été inspirés par l'emblématique silhouette sablier « New Look » de Dior, avec un esprit vintage qui rappelle une époque où l'aviation était synonyme de glamour et de luxe. Les nouveaux uniformes pilotes seront présentés cet été.

LA MALLE DE LUX

Faire du commerce autrement

Philippine Dobrzensky vient de lancer un concept de ventes éphémères de mode et accessoires pour femmes et enfants. Plusieurs fois par an, elle va ouvrir ses malles aux trésors dans les murs de l'hôtel Sofitel Kirchberg pour faire découvrir, dans un cadre feutré, les créations de quelques marques françaises, belges ou luxembourgeoises à un panel de clientes prévenues par invitation. Un moyen pour les marques de se faire connaître au Luxembourg. La prochaine vente, sur le thème de l'enfant, aura lieu les 9 et 10 juin. Pour recevoir une invitation, l'inscription se fait sur www.lamalledelux.com

BRÈVES



TOTAL LUXEMBOURG

15.000 euros à la Fondatioun Kriibskrank Kanner

Total Luxembourg a remis un chèque d'une valeur de 15.000 euros à la Fondatioun Kriibskrank Kanner. Ce montant a été récolté par la vente des calendriers « Poldi on Tour » dans les stations-service du réseau Total Luxembourg. Depuis 2012, Total Luxembourg est partenaire de Fondatioun Kriibskrank Kanner qui a comme objectif principal de venir en aide aux familles dont un enfant est atteint d'un cancer ou d'une pathologie à danger vital.

BANQUE HAVILLAND SA Acquisition of Banco Popolare Luxembourg SA

Banque Havilland SA and Banco Popolare Societa Cooperativa announced the acquisition of 100% of the share capital of Banco Popolare Luxembourg SA by Banque Havilland SA. This transaction has been approved by the appropriate supervisory authorities and is aligned with the strategy of the Banque Havilland group to expand their "ultra high net worth" client base in Europe. In addition it will also bring further strategic capabilities to the bank in the shape of a platform to service investment funds and institutional clients.



MORE & MORE

Nouvelle enseigne mode

Le centre commercial de la Belle Étoile accueille depuis peu une toute nouvelle enseigne mode : More & More. Après l'Allemagne, la France, la Belgique, les Pays-Bas et l'Autriche, la marque a choisi de s'installer à Luxembourg avec cette première boutique dans la galerie

marchande. La particularité de l'enseigne réside dans le fait qu'elle n'offre pas moins de 12 collections par an, à découvrir au fil des mois et des saisons pour renouveler sans cesse sa garde-robe. More & More propose des modèles de qualité, faciles à porter et stylés, aux matières naturelles, le tout à des prix très attractifs. ●

POST FINANCE

- BANQUE RAIFFEISEN Désormais partenaires!

Dans le cadre de la nouvelle orientation des comptes chèques postaux CCP, la Banque Raiffeisen a ouvert son capital à Post à hauteur de 10 %. Les clients des CCP qui le souhaitent peuvent à présent bénéficier d'une offre incluant un compte épargne Raiffeisen, des retraits V Pay gratuits aux distributeurs automatiques de Raiffeisen et la gratuité de toutes les transactions électroniques entre CCP et Banque Raiffeisen. Les deux partenaires soulignent ainsi formellement l'importance qu'ils accordent à ce partenariat et leur confiance dans le modèle commun des CCP. ●

LEASEPLAN

« SWOPCAR » À PARTAGER

LeasePlan a récemment lancé son nouveau service de car sharing : SwopCar, qui permet aux entreprises de mettre un ou plusieurs véhicules à disposition de leurs employés.



SwopCar apporte une solution aux besoins de mobilité des employés ne disposant pas de voiture sur leur lieu de travail : ceux-ci partagent un véhicule, réservent une plage horaire et y accèdent grâce à une application mobile, la clé virtuelle de la voiture.

Le service SwopCar de LeasePlan répond à plusieurs défis auxquels les gestionnaires de flotte sont confrontés. La gestion de flotte est optimisée grâce à l'automatisation des tâches opérationnelles et administratives (réservations, gestion des clés, état des lieux et indemnités kilométriques). Le service SwopCar permet de faire des économies en diminuant le coût de la mobilité. Il offre aux gestionnaires de flotte une vision précise et transparente de l'utilisation des véhi-

cules, en fournissant des renseignements précieux sur la manière dont les employés utilisent les voitures SwopCar.

Le nettoyage, le ravitaillement en carburant et l'entretien sont pris en charge par le vaste réseau des prestataires de services de LeasePlan et l'accès au véhicule est facile grâce au smartphone et/ou carte d'accès RFID. En résumé, SwopCar permet une gestion automatisée et une meilleure utilisation de la flotte, tout en donnant la possibilité aux employés de l'entreprise de se passer d'un véhicule privé. ●

www.swopcar.lu

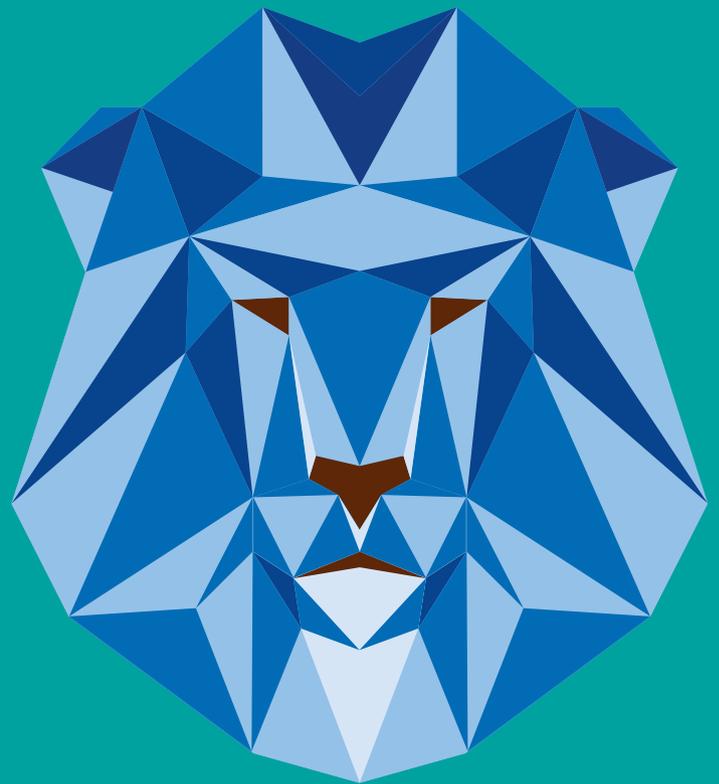


FinTech Lion Awards

Luxembourg's first FinTech awards

www.fintechlionawards.lu

#FinTechLion



In partnership with



Digital
Lëtzebuerg



www.kpmg.lu



© 2016 KPMG Luxembourg, Société coopérative, a Luxembourg entity and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

BRÈVES



RUSSIAN CHARITY BAL Généreuse bienfaisance

Cela fait déjà 5 ans que le Russian Club de Luxembourg organise au Cercle Cité son Russian Charity Bal, prestigieuse soirée de bienfaisance qui vise à collecter de l'argent pour aider des enfants et des familles vulnérables, de Russie et d'Ukraine. La dernière édition a permis de récolter la somme de 50.000 euros, répartie entre la fondation russe Podsolnukh Tournesol et l'association luxembourgeoise SOS Villages d'enfants Monde. Cette dernière utilisera les fonds pour un centre de soutien familial situé à Pskov en Russie et un projet de camp de vacances pour enfants ukrainiens ayant connu des situations de violence.

UNI / LSF 24 + 39

24 étudiants de la Luxembourg School of Finance (Uni) viennent d'obtenir un master en *wealth management* et 39 autres un *master of science in banking and finance*, soit 63 nouveaux professionnels pour le secteur financier. Ces jeunes, issus du monde entier, totalisent 25 nationalités. Les majors de promotion, Rafael Hubatschek (*wealth management*) et XueYang Wang (*banking and finance*) ont évoqué « une expérience d'études exceptionnelle ». La LSF Alumni Association a encouragé les nouveaux diplômés à rester en relation les uns avec les autres et à prendre contact avec d'autres anciens élèves.



JONK ENTREPRENEUREN Challenge pour lycéens

Le 19 avril, l'asbl Jonk Entrepreneurien organisait son 10^e Innovation Camp, en partenariat avec la société Aral Luxembourg, qui avait proposé le défi de concevoir la station-service du futur. 50 élèves de 14 à 19 ans, venus de 14 lycées et ayant découvert la thématique le jour même, ont eu

une journée pour concevoir et présenter leur projet créatif. Ce type de challenge est riche en apprentissages : créativité, bien sûr, mais aussi travail en équipe, résistance au stress, respect des délais alloués, prise de parole en public et esprit de compétition. Les gagnants ont séduit le jury grâce à un projet tenant compte d'une segmentation de clientèle. ●

UEL Conférence emploi et handicap

Le 19 avril, une conférence organisée à l'initiative de l'UEL, de l'INDR, de l'Adem et des syndicats OGBL et LCGB, a abordé le thème du handicap dans le milieu professionnel et notamment l'accès à l'emploi. Ce rendez-vous fut l'occasion de présenter un outil de valorisation des compétences, accessible online pour les personnes concernées et qui peut être posté sur le nouveau JobBoard de l'Adem. Côté employeurs, un document a été mis au point pour rassembler tout ce qu'il faut savoir pour faciliter le recrutement de personnes handicapées. D'autres initiatives de sensibilisation sont prévues dans les mois à venir. ●

CHAMBRE DE COMMERCE

L'ESPACE ENTREPRISES DRESSE SON BILAN

L'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce a convié les principaux acteurs de l'entrepreneuriat du Luxembourg, qui sont aussi ses partenaires de terrain, à partager un petit-déjeuner de travail pour présenter son bilan 2015.



Ce premier petit-déjeuner marque la volonté de travailler plus étroitement avec tout l'écosystème entrepreneurial du pays. L'Espace Entreprises a d'abord présenté son organisation en deux équipes.

Une équipe qui prend en charge les formalités et aides à l'exportation et qui délivre notamment les certificats d'origine, les carnets ATA et les certificats Luxtrust, et procède aux légalisations. Une équipe qui délivre conseils et accompagne-

ment aux entrepreneurs, principalement lors de la création d'entreprise, mais également lors des phases de développement, de transmission / reprise ou de cessation d'activité. Cette équipe a géré en 2015 un nombre de demandes 8,7% supérieur à celui de 2014, avec 10.300 réponses formulées par courriel, 7.400 appels téléphoniques et plus de 2.000 rendez-vous.

L'Espace Entreprises note par ailleurs une légère évolution de sa clientèle cible qui intègre désor-

mais davantage de chefs d'entreprise établis recherchant des conseils pour des projets de diversification, de modernisation ou de développement.

Cette rencontre fut enfin l'occasion d'évoquer le projet phare de 2016, la création d'un grand guichet unique au sein de la House of Entrepreneurship, opérationnel dès septembre et qui ambitionne de faciliter encore l'accès aux informations et aux démarches associées à la création / reprise d'entreprises. ●

COMMERCE

UN PAKT DE POIDS ENTRE DANS LA MÊLÉE

Le ministère de l'Économie, la Chambre de Commerce et la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc) ont signé le 15 avril 2016 un « Pakt Pro Commerce » pour soutenir et développer le commerce de détail.

Le secteur est loin d'être négligeable pour l'économie luxembourgeoise. Il représente en effet 23.000 salariés répartis dans plus de 3.150 entreprises. Si son chiffre d'affaires en volume a enregistré une augmentation de 20 % depuis 2000, cette progression ne reflète pas celle de la population qui, sur la même période, a connu une croissance de 29,8 %, ce qui fait dire à Francine Closener que le secteur « dispose encore d'un potentiel de croissance considérable ». La secrétaire d'État à l'économie explique également que l'on peut s'attendre à ce que les efforts menés pour dynamiser le commerce aient des retombées positives additionnelles sur le tourisme et sur la nation



branding. Le « Pakt Pro Commerce » entend agir dans cinq directions : l'analyse de l'existant par la mise en place notamment d'une base de données qualitative et quantitative ; le soutien des efforts de digitalisation des commerçants et la mise en place d'une plateforme nationale commune, véritable vitrine du commerce luxembourgeois ; la dynamisation des centres urbains par la professionnalisation des politiques communales en matière de commerce ; le développement de la culture du service en systématisant une approche managériale du sujet et enfin la promotion économique du secteur à une échelle grand-régionale. ●



CHAMBER OF COMMERCE / BUSINESS SWEDEN

To address cyber criminality

Governments and businesses are taking the cyber security challenge more seriously than ever. In this context, the Luxembourg Chamber of Commerce welcomed on 14th April a Swedish delegation composed of cyber security experts, to address the topic "From Strategic Awareness to Operative Actions".

The seminar highlighted the necessity to raise awareness about cyber security as people operate in an interconnected world and rely on technologies that bring along new and advanced threats. To tackle cyber-attacks it is therefore crucial that the public and private sectors work together to find concrete solutions. ●

To read presentations: www.cc.lu/actualites

COOPÉRATION

Jouer collectif

Le 18 avril, le ministère de la Coopération et de l'Action humanitaire et l'agence Lux-Development ont annoncé le lancement de Business Partnership Facility (BPF), qui vise à encourager des entreprises luxembourgeoises et européennes à s'associer avec des partenaires dans les pays en développement pour mettre en place des projets commerciaux durables. La BPF sera dotée d'un million d'euros par an, destinés à cofinancer des initiatives du secteur privé, qui contribuent au développement et à la création d'emplois et/ou au transfert de technologies. Les secteurs éligibles sont les TIC, le biohealth, le fintech et l'éco-innovation. ●
Pour de plus amples informations : bpf@luxdev.lu.

BRÈVES



EEN

Aborder les marchés publics

L'Enterprise Europe Network - Luxembourg a organisé sa 2^e conférence Fit4Tenders dédiée aux marchés publics et aux directives 2014/24/UE et 2014/25/UE. La conférence a informé les entreprises sur la création du Dume (Document unique de marché européen), et de la plateforme e-Certis, qui liste les différents certificats et attestations demandés lors des procédures de passation de marchés publics dans les États membres. Ces dispositifs visent à simplifier les démarches pour un meilleur accès des PME aux avis de marché en Europe. Présentations disponibles sur : www.cc.lu/actualites

CLC

Pour y voir clair dans les nuages

La clc a consacré son deuxième Forum ICT au cloud computing pour aider les PME invitées à y voir clair sur la nécessité et la faisabilité d'une intégration de ces technologies dans leurs organisations. L'événement a abordé le sujet sous trois angles complémentaires : le potentiel d'économies et de gain de temps grâce à une externalisation de certaines tâches techniques et administratives, les aspects juridiques de l'utilisation du cloud et enfin les méthodologies d'implantation, avec notamment le choix d'un fournisseur. Présentations disponibles sur : www.clc.lu/actualites

BRÈVES



FLEAA

Changement de conducteur

Le 24 mars, lors de l'assemblée générale de la Fédération luxembourgeoise des exploitants d'autobus et d'autocars, Jos Sales, qui a présidé la fédération pendant 16 ans, a passé le relais à son successeur, Frank Schilling, directeur de la société Bollig d'Echternach (à gauche sur la photo). Sous cette nouvelle direction, la FLEAA poursuivra son engagement pour l'amélioration continue de la mobilité au Luxembourg.

UNI

Ancrage européen

L'Institut Robert Schuman des affaires européennes a été inauguré au sein de l'Université. Il se consacra à l'étude interdisciplinaire des affaires européennes et étudiera plus particulièrement les problématiques d'intégration économique de l'UE ainsi que son évolution constitutionnelle et institutionnelle.

UNI

Classement mondial

L'Université du Luxembourg vient d'être classée 14^e sur 150 universités de moins de 50 ans dans le monde. Les établissements du classement THE (Times Higher Education) sont évalués dans cinq domaines : enseignement, recherche, fréquence de citation dans les publications scientifiques, fonds de tiers de l'industrie et orientation internationale.



EST'ELLES EXECUTIVE

Le réseau féminin s'étend au Luxembourg

Le 18 avril, le réseau EST'elles Executive a lancé son chapitre luxembourgeois. Créé en 2008, à l'initiative de femmes professeurs, managers et étudiantes engagées dans le monde professionnel et la vie politique, il est déjà présent à Nancy, Metz, Épinal et Strasbourg. Il affiche dès 2012 sa volonté d'agir dans la sphère internationale.

Son objectif est d'offrir un réseau de proximité, d'apprentissage de bonnes pratiques et de soutien aux femmes nourrissant un projet professionnel ainsi qu'aux organisations de promotion de l'égalité homme / femme. Au Luxembourg, un rendez-vous mensuel sera proposé aux membres autour d'un déjeuner. ●

eeeluxembourg@est-elles-executive.fr

CHAMBRE DE COMMERCE

WELCOMING A CANADIAN DELEGATION

A Canadian delegation, composed of specialists from the ICT and defense sectors, visited the Luxembourg Chamber of Commerce on 8 March in the framework of the Canadian industry mission to Nato.

Jeannot Erpelding, director of International Affairs at the Chamber of Commerce, introduced the Luxembourg economy to the audience and François Thill, from the Ministry of the Economy, presented the initiatives in the field of cybersecurity. The companies had the opportunity to explain their activities during a round table. The defense sector is gradually opening up in Europe.

A series of directives was issued by the European Commission to ensure that procurement markets in the defense sector are open to companies from all EU countries. Luxembourg does not have a defense sector as such, but has a large variety of companies that trade in dual use products and services.



Especially after the signature of the EU-Canada Comprehensive Economic and Trade Agreement (Ceta), numerous possibilities to engage in partnerships and business deals lie ahead for Luxembourg and Canadian companies. Ceta will tackle a whole range of issues to make business between Luxembourg and Canada easier. It will remove customs duties, end limitations in access to public contracts, open-up services' market, and offer predictable conditions for investors.

After the successful mission to Canada in 2015, this event proved once more that Luxembourg and Canada are on the right track when it comes to strengthening their economic and commercial relations. ●

DIGITAL FUND TECH

Financement de start-up technologiques

Dans le cadre de Digital Lëtzebuerg, le gouvernement, la SNCI et l'Uni ont créé, avec un groupe d'investisseurs privés, un fonds d'amorçage pour financer le développement de start-up actives dans les TIC. Il prendra des participations dans des entreprises créées il y a moins de sept ans, proposant des produits développés au moins déjà sous forme de prototype fonctionnel. Le fonds visera surtout les secteurs cybersécurité, fintech, big data, digital health, médias ainsi que les réseaux de communication de prochaine génération, l'apprentissage numérique, l'internet des objets ou les télécommunications et services satellitaires. ●

FINANCEZ **VOTRE PROJET** D'ENTREPRISE

CRÉATION

DÉVELOPPEMENT

INVESTISSEMENT

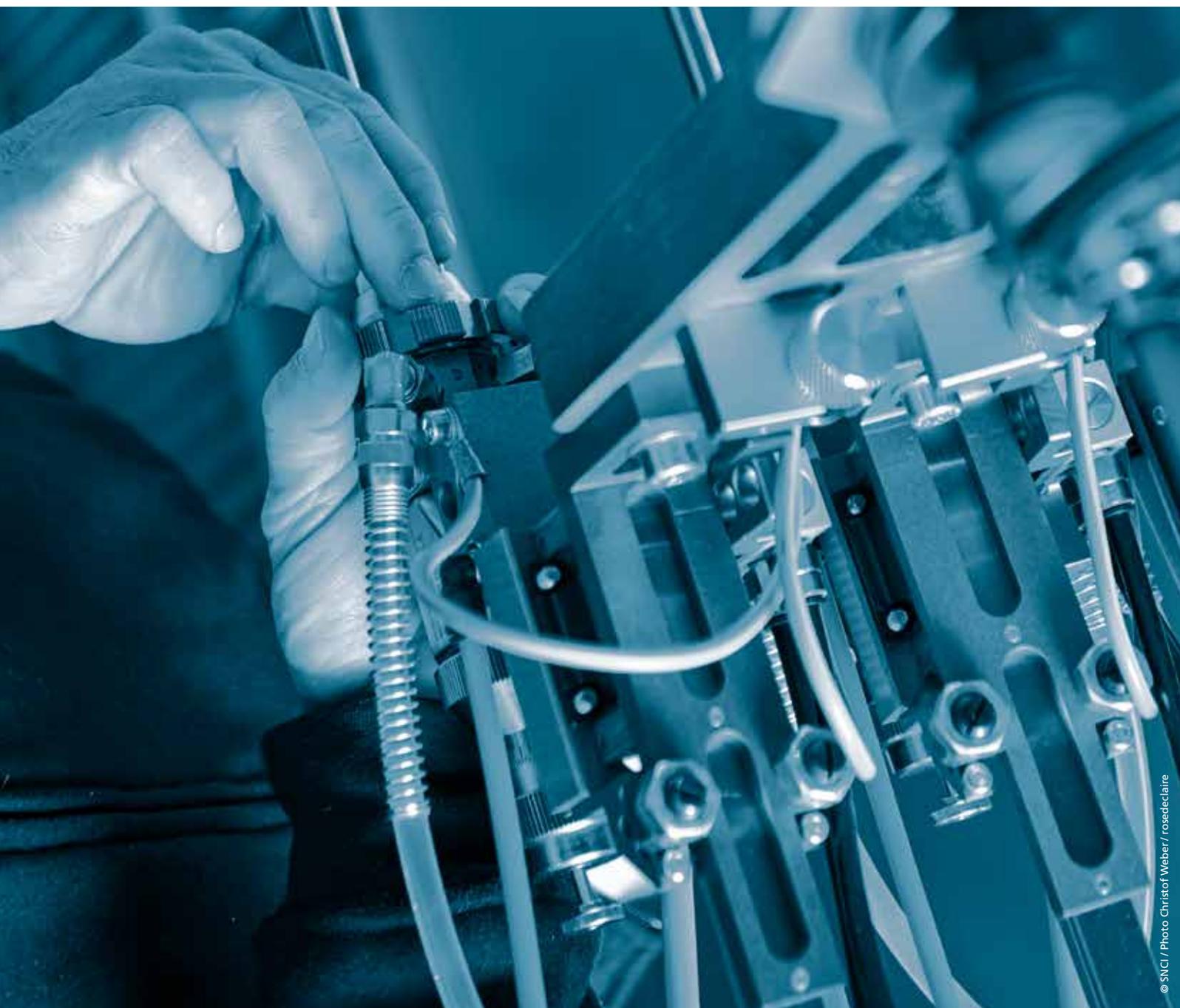
INNOVATION

TRANSMISSION

SNCI

SOCIÉTÉ NATIONALE DE CRÉDIT ET D'INVESTISSEMENT

SOCIÉTÉ NATIONALE DE CRÉDIT ET D'INVESTISSEMENT | TÉL 46 19 71-1 | SNCI@SNCI.LU | WWW.SNCI.LU



CONGÉ PARENTAL

LA CHAMBRE DE COMMERCE DONNE SON AVIS

La Chambre de Commerce a rendu son avis sur le projet de loi réformant le congé parental, qui introduit de nouvelles formes de congé plus flexibles, ainsi que des modalités financières plus attractives.



La Chambre de Commerce est d'accord avec les objectifs essentiellement familiaux de la réforme, qui visent à favoriser la conciliation entre vie familiale et vie professionnelle, mais elle demande que les modalités pratiques de cette réforme soient compatibles avec l'intérêt économique de ses ressortissants. Elle souligne que les employeurs sont toujours dans l'attente de mesures concrètes de la part du gouvernement pour permettre, en contrepartie, plus de flexibilité en matière d'organisation du temps de travail afin de neutraliser l'impact de la réforme sur la productivité. D'autres points plus spécifiques du projet de loi devraient également être adaptés selon la Chambre de Commerce. Il s'agit en particulier des obligations d'information faites à l'employeur en cas de report du congé, des critères permettant de déterminer le premier

et le deuxième congé parental en cas de demande concomitante, des modalités de démission du salarié lorsque celui-ci ne souhaite plus reprendre son emploi à son retour, de la survenance d'un congé de maternité au cours d'un congé parental, de la durée de travail hebdomadaire minimum pour avoir droit au congé ou encore du licenciement avec préavis d'un salarié bénéficiaire d'un congé parental.

La Chambre de Commerce regrette en outre que des projections financières parcellaires ne permettent pas d'apprécier l'impact réel de la réforme sur le budget de l'État. Le projet de loi ne contient par exemple aucune évaluation des futures recettes qui découleront des prélèvements fiscaux et sociaux sur les indemnités de congé parental. ●

La version intégrale de l'avis est disponible sur www.cc.lu

MERKUR

ENQUÊTE DE LECTORAT OUVERTE JUSQU'AU 31 MAI

Afin de mieux connaître l'appréciation et les attentes des lecteurs du magazine et de la newsletter Merkur, la Chambre de Commerce organise une enquête en ligne qui sera disponible jusqu'au 31 mai 2016.



Cette enquête est l'occasion d'exprimer votre opinion à propos de deux médias phares de la Chambre de Commerce, dans lesquels l'institution diffuse l'actualité des entreprises et de l'économie luxembourgeoise, ainsi que les analyses de son département des affaires économiques.

Il y a 18 mois, le magazine *Merkur* et la newsletter associée ont été complètement repensés pour adopter une forme plus moderne et surtout proposer davantage de proximité avec les préoccupations des lec-

teurs, au premier rang desquels se trouvent les entreprises du Luxembourg et les autres acteurs économiques du pays.

Outre la forme et le fonds de ces médias, leur fréquence de parution a également été adaptée, laissant au magazine le soin de traiter tous les deux mois les sujets de fond et les rencontres avec les entrepreneurs du Luxembourg, alors que la newsletter, désormais hebdomadaire, permet de relayer l'actualité plus immédiate tout en offrant de l'interactivité avec les dif-

férents sites internet de la Chambre de Commerce.

Sur toutes ces nouveautés, la Chambre de Commerce souhaite aujourd'hui recueillir votre opinion. Pour agrémenter votre participation, un iPad est mis en jeu. Il sera attribué par tirage au sort parmi les questionnaires intégralement remplis. Le gagnant sera averti par e-mail. ●

Accédez au questionnaire sur www.cc.lu/enquete-Merkur

Lecteurs de Merkur, votre avis nous intéresse !

Rendez-vous sur:
www.cc.lu/enquete-Merkur



** vous avez 5 minutes à nous consacrer ?
nous avons un iPad à vous faire gagner !*

Afin de mieux connaître votre appréciation et vos attentes concernant le magazine et la newsletter Merkur, nous vous remercions de prendre quelques minutes pour répondre à notre sondage. Celui-ci sera **disponible jusqu'au 31 mai 2016**.

Pour vous remercier de votre participation, **nous mettons un iPad en jeu**. A l'issue du sondage le gagnant sera tiré au sort parmi les personnes ayant répondu à l'intégralité du questionnaire et sera averti par email.



Votre partenaire pour la réussite

Chambre de Commerce / Service Communication et Médias
7, rue Alcide de Gasperi // Luxembourg-Kirchberg // +352 42 39 39 - 1 // www.cc.lu

INTERVIEW



ROGER THOSS
Conseiller de direction,
responsable Formation
initiale et apprentissage
à la Chambre de
Commerce

La formation professionnelle initiale a été réformée en 2008, pourquoi est-il nécessaire selon vous de réformer la réforme ?

La réforme de 2008 était nécessaire, car le texte précédent datait de 1945 et méritait un toilettage complet. Aujourd'hui, nous avons pu observer les effets de la réforme sur deux promotions de jeunes apprentis et voyons quelles améliorations sont à apporter dans les meilleurs délais. Elles devraient concerner les critères de réussite et offrir la possibilité de rattraper les modules non réussis en temps opportun sans imposer trop de contraintes aux apprentis et aux lycées. Cette démarche nécessite l'harmonisation du nombre de modules à suivre, voire de compétences à atteindre pour les différentes formations.

Quelles sont les perspectives de l'apprentissage au Luxembourg ?

Si l'on veut que l'apprentissage s'impose petit à petit comme un premier choix positif pour beaucoup de jeunes et de parents, il faut injecter encore davantage de qualité dans le système. Des avancées notables ont été accomplies grâce aux règles imposées aux entreprises formatrices (tuteurs dédiés spécialement formés, déclaration d'honorabilité...) et avec l'implication du monde économique dans l'élaboration des programmes. En contrepartie, il faut pouvoir proposer aux entreprises des candidats à la hauteur de leurs attentes. L'outil TalentCheck est un pas dans ce sens. Enfin, nous pensons qu'il serait bon de pouvoir proposer une formation en apprentissage à des étudiants préparant un DT ou un BTS. Tous ces éléments réunis contribueront à créer de belles perspectives pour le développement de l'apprentissage au Luxembourg.



CHAMBRE DE COMMERCE

FAIRE AVANCER L'APPRENTISSAGE

Le 13 avril dernier, la Chambre de Commerce a annoncé deux initiatives phares destinées à promouvoir l'apprentissage en informant et sensibilisant à la fois les entreprises et les jeunes en recherche d'une orientation professionnelle.

Texte : Catherine Moisy - Photos : Studio Fränk Weber et Robert Voirgard/Focalize

De plus en plus de pays européens font le constat de l'efficacité de l'apprentissage comme remède pour lutter contre le chômage des jeunes. La Chambre de Commerce soutient activement ce type de formation duale faisant le lien entre le milieu scolaire et le monde de l'entreprise. L'institution gère aujourd'hui 25 formations dans les secteurs qui sont les siens (commerce, industrie, socio-éducatif, hôtellerie / restauration...). Beaucoup de nouveaux contrats d'apprentissage sont signés chaque année, 900 rien que pour la rentrée 2015-2016. Cependant, encore trop d'entreprises ne trouvent pas de candidats apprentis et encore trop de jeunes ne trouvent pas d'employeur. La Chambre de Commerce a donc décidé de lancer deux initiatives pour contribuer à lever deux freins majeurs qui empêchent un *matching* optimal entre offre et demande, à savoir un niveau de qualification des apprentis souvent déficient et une orientation scolaire et professionnelle perfectible. La campagne de promotion « winwin.lu »

visé à améliorer la perception de la formation en apprentissage par la mise en avant de son côté gagnant à la fois pour l'entreprise et pour l'apprenti. Outre l'information et la sensibilisation des deux parties, le portail *winwin.lu* (bilingue français / allemand) favorisera la mise en relation entre les jeunes à la recherche d'une entreprise formatrice et les employeurs potentiels.

La campagne promotionnelle s'accompagne du lancement d'un outil *online*, le TalentCheck, mis à la disposition des élèves de 9^e ou d'autres candidats s'intéressant à l'apprentissage pour les aider à évaluer leurs compétences. Les séances de test (en allemand ou français) seront organisées à la Chambre de Commerce. Chaque candidat intéressé pourra consulter les dates des séances et procéder à son inscription sur le portail *winwin.lu*. ●

Des témoignages vidéo d'apprentis sont disponibles sur winwin.lu et merkur-tv.lu



PROTÉGEZ-VOUS DES ATTAQUES ET DES LOGICIELS MALVEILLANTS !

De nombreuses sociétés ont été touchées par des logiciels malveillants qui encryptent les données et demandent ensuite une rançon pour les restituer. Aucun antivirus ne peut vous aider. Ne laissez donc aucune chance à ses escrocs et tournez-vous vers les solutions WatchGuard afin d'améliorer votre défense.

Des firewalls adaptés à votre structure.



- Service de prévention des pertes de données (DLP)
- Service de prévention d'intrusions (IPS)
- Autorité de réputation
- Contrôle d'application
- Gateway AntiVirus
- SpamBlocker
- WebBlocker
- APTBlocker



CBC Informatique
Computer Business Center

VOTRE REVENDEUR SPÉCIALISÉ WATCHGUARD

Conseil et vente
Centre de réparation agréé
Installation et maintenance
Développement d'applications
Services Internet
Téléphonie

**CBC, DES
SOLUTIONS
CONFORMES À
VOS ATTENTES.**

Pour de plus amples informations ou pour avoir un audit de vos installations, contactez-nous dès maintenant au 40 06 30-1 ou cbc@cbc.lu.



BRÈVES



EUROCLOUD

Nouvelle tête dans le nuage

À la tête de l'association EuroCloud Luxembourg depuis 2010, Amal Choury, fondatrice et CEO d'e-Kenz, a passé le relais fin 2015 à Yves Reding, CEO d'EBRC (European Business Reliance Centre), qui était vice-président de l'association.

Cette succession s'inscrit dans une démarche de recentrage sur les groupes de travail Fedil-ICT et ICTLuxembourg dont Amal Choury est membre depuis 2010 et 2011. Elle continuera son engagement à travers ses nouvelles fonctions de vice-présidente d'EuroCloud Luxembourg.

APSFS

Renouveau pour l'asbl

Lors de son assemblée générale, l'Association des PSF de support (APSFS) a décidé de s'ouvrir aux sociétés fintech du Luxembourg. L'Association des PSF de support change de dénomination et devient désormais Finance & Technology Luxembourg (asbl). La mission de l'association, qui consiste à informer, assister et encourager des synergies entre sociétés membres ayant acquis l'agrément PSF de support auprès de la CSSF, s'étend désormais aux sociétés fintech du Luxembourg.



INFPC

Répertoire 2016 disponible!

Le *Répertoire des organismes de formation 2016* vient de paraître. Il présente 339 organismes de formation publics, privés et associatifs actifs dans tous les secteurs. Nouveauté cette année, il intègre une rubrique dédiée à la location de salles de formation. S'adressant aux salariés,

chefs d'entreprise, responsables formation, professionnels chargés de l'information ou de l'orientation des personnes à la recherche d'une formation, le répertoire peut être commandé gratuitement sur www.infpc.lu/repertoire. À noter, depuis le 23 mars, l'INFPC a emménagé aux 12-14, avenue Émile Reuter à L-2420 Luxembourg. ●

CASES

Le roi de l'analyse des risques

L'initiative gouvernementale Cases propose une solution dédiée aux PME et aux administrations, afin de limiter fortement l'investissement pour effectuer une analyse des risques informatiques. Monarc (méthode optimisée d'analyse des risques Cases) permet de réaliser une évaluation précise et itérative des risques. L'avantage de Monarc réside dans la capitalisation des analyses de risques déjà réalisées : les mêmes vulnérabilités apparaissent d'une manière régulière dans de nombreuses entreprises et engendrent des risques similaires. Il suffit dès lors de les adapter à leur environnement. ● www.cases.lu

JONK ENTREPRENEUREN ASBL

ENTREPRISES EN HERBE À LA BELLE ÉTOILE!

Le rendez-vous annuel des « mini-entreprises » a réuni quelques jeunes pousses au centre commercial la Belle Étoile. Des visiteurs de marque se sont succédé pour les soutenir...

37 mini-entreprises se sont présentées au centre commercial la Belle Étoile le 12 mars. Organisée par l'asbl Jonk Entrepreneuren avec le soutien de Cactus, la journée a permis à ces entrepreneurs en herbe de mettre en pratique leurs meilleures techniques de vente pour séduire les clients et leur donner l'envie d'acheter les produits et services réalisés ou sélectionnés par leurs soins.

Cette initiative permet aux jeunes de passer de la théorie à la pratique. S'étalant sur une année scolaire, ce programme fait en sorte que les élèves soient responsabilisés à mettre sur pied leur projet d'entreprise et puissent découvrir les différents aspects de la vie d'une entreprise.



L'objectif de cette initiative est de favoriser l'esprit d'entreprise et d'entrepreneuriat chez les jeunes âgés de 16 à 19 ans et de les initier aux défis quotidiens de la vie professionnelle. Cet apprentissage est en permanence et activement soutenu par des enseignants et des coaches externes.

En plus des nombreux clients présents dans la galerie commerciale, Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie, et Claude Meisch, ministre de l'Éducation nationale, ont visité chacune de ces 37 mini-entreprises, les ont soutenues et félicitées pour leur esprit d'entrepreneuriat. ●

www.jonk-entrepreneuren.lu



FAITES-VOUS VOTRE PROPRE IDÉE DE LA ROUTE AVEC AUTOLUX!

Véhicule professionnel ou personnel, coupé, break, en leasing ou location court terme, nous avons la voiture qui vous convient.

N'HÉSITEZ PAS À NOUS CONTACTER AU 22 11 81-1

AUTOLUX
CAR RENTING & LEASING

* Voir conditions dans nos centres de location ou sur www.autolux.lu. Mercedes-Benz GLC conso.: 5,4l/100km, CO₂: 129g/100km.

4^e PLAN PME

99 MESURES EN FAVEUR DES PME

Le 24 mars dernier, Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie, a présenté, lors d'une conférence de presse, le 4^e Plan PME visant à favoriser et renforcer les petites et moyennes entreprises.

Les 99 mesures du nouveau plan s'articulent autour de 10 axes : promotion de l'esprit d'entreprise et de l'entrepreneuriat, adaptation de la réglementation aux évolutions du marché du travail, financement plus accessible ou mise en place d'un environnement propice à l'innovation et à la recherche.

Approuvé par le conseil de gouvernement peu avant, le plan servira de base pour mener un grand nombre d'actions en faveur des PME. Le Haut Comité

pour le soutien des PME et de l'entrepreneuriat suivra la mise en œuvre du plan, qui a été élaboré en concertation étroite avec les fédérations patronales, ainsi qu'avec les ministères et administrations concernés.

Lors de la conférence de presse, la secrétaire d'État à l'Économie, Francine Closener, a déclaré : « Le plan d'action est un texte de compromis auquel toutes les parties concernées adhèrent. Le plan n'a pas vocation à être un document statique,



mais à évoluer au fil du temps. Il s'agit d'y inclure à tout moment, en concertation avec les acteurs concernés, de nouvelles actions pour aider les PME à faire face à des défis qui n'auraient pas encore été identifiés à ce stade. »

Présents lors de la conférence de presse, Michel Reckinger (Fédération des artisans), Fernand

Ernster (Confédération luxembourgeoise du commerce) et François Koepp (Horesca) ont communément salué le fait que le plan est le résultat d'un processus participatif et que les mesures proposées visent à créer un cadre propice à la création et au développement du secteur des classes moyennes. ●



LUXEMBOURG AUTOMOTIVE CAMPUS

UN CAMPUS QUI EN A SOUS LE CAPOT!

Le voile a été levé sur le futur Luxembourg Automotive Campus, dédié à la recherche et à l'innovation dans le secteur automobile. Un projet qui enthousiasme secteur public et secteur privé.

Le futur site industriel spécialisé dans la R & D pour les composants automobiles, développé en partenariat par Goodyear, le gouvernement luxembourgeois et IEE, sera implanté sur le territoire de la commune de Bissen et hébergera les activités de recherche et d'innovation de plusieurs entreprises relevant du secteur automobile.

Des infrastructures communes y sont prévues, comme des laboratoires et structures de recherche, des salles de conférence, des espaces de restauration et des aires d'exposition.

Profitant de la proximité du circuit d'essai de Goodyear, le site offre des possibilités de synergie pour les tests et la validation de prototypes, dans le domaine de la logistique, de la formation et de l'éducation. Le campus promeut également « l'innovation ouverte » et l'échange de technologies. Des activités de

production industrielle n'y sont pas prévues.

L'idée de créer un tel pôle d'innovation est née en 2013 au ministère de l'Économie. Le concept a été développé ensuite par le gouvernement avec le soutien de l'Industrie luxembourgeoise des équipementiers de l'automobile (Ilea) et du Luxembourg Automotive Components Cluster, qui dépend de Luxinnovation.

L'État va acquérir le site d'une surface de 14 hectares dès que le propriétaire actuel, Goodyear, aura achevé la démolition des bâtiments existants sur le site de l'ancienne « Wire plant », pour y aménager les infrastructures d'une zone d'activités. Dans une première phase, avec IEE et Goodyear, deux entreprises s'implanteront sur le campus.

La finalisation des travaux de construction de ces deux complexes, hébergeant alors au total 1.600 salariés de ces entreprises, est prévue pour l'été 2018. ●



MA PETITE ENTREPRISE GAGNE

en efficacité.

Avec PME dans le Cloud, vous bénéficiez d'une offre complète, simple et modulable qui maximise votre business.

- Aucun investissement requis : vous payez un forfait mensuel par utilisateur.
- Une productivité accrue : vous bénéficiez d'un espace de travail toujours disponible.
- Une plus grande flexibilité : vous adaptez vos applications en fonction de vos besoins.
- Une facilité d'utilisation : vous profitez d'une expérience utilisateur intuitive grâce aux outils Microsoft Office que vous connaissez déjà.
- Une sécurité optimale : vous sauvegardez vos données sur notre plateforme Microsoft Azure et Cisco hébergée à Luxembourg.
- Priorité à votre activité : vous avez un interlocuteur proche qui gère tout pour vous.

Découvrez **PME dans le Cloud** sur pme.telindus.lu

ensemble avec

pro^{xi}mus

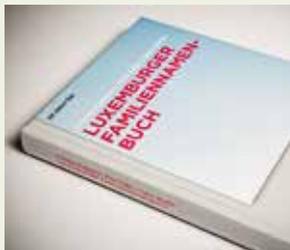
tango))



telindus

SHARE MORE
THAN TECHNOLOGY.

BRÈVES



UNI

Dictionnaire des noms de famille

Sur base de sources actuelles et historiques, les auteurs du livre *Luxemburger Familiennamenbuch* ont analysé les 2.500 noms luxembourgeois les plus populaires suivant leur typologie, leur étymologie, leur développement historique et leur répartition géographique. Cette publication fait suite au projet de recherche «Luxemburgischer Familiennamenatlas» dirigé par le professeur Peter Gilles.

RCS

Changement de réglementation

La Chambre de Commerce attire l'attention de ses ressortissants sur des modifications légales et réglementaires applicables au Registre de commerce et des sociétés qui entreront en vigueur à partir du 1^{er} juin prochain. L'ensemble de ces dispositions peut être téléchargé sur www.cc.lu.

CSSF

Deux nouveautés

La loi du 18 décembre 2015 relative à la défaillance des établissements de crédit est à l'origine de deux nouveautés: la création du conseil de résolution au sein de la CSSF, dirigé par Romain Strock, et le lancement d'un site internet dédié à informer les déposants, système qui assure leurs dépôts auprès des banques (www.fgdl.lu).



CLUSTER MICE

Tourisme professionnel

Le cluster Mice (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions) a été créé pour valoriser le tourisme de congrès (16% des nuitées en 2015). Il est à l'origine d'une stratégie nationale basée sur l'analyse des forces et faiblesses du secteur. Des actions de promotion sont envisagées ainsi que

la candidature du Luxembourg à l'organisation d'événements internationaux, l'établissement d'un calendrier ou encore l'élaboration d'une charte de qualité. Le cluster Mice compte actuellement 27 membres, parmi lesquels des hôtels, des institutions publiques, des entreprises de transport, des organisateurs d'événements et des lieux de congrès. ●

GLOBAL VILLAGE ON THE MOVE

Registration now open

Business leaders and entrepreneurs are invited to register for this year's Global Village On the Move, hosted by the Chamber of Commerce and Iacocca Institute. Taking place September 6-13, 2016, the theme "Leading business beyond borders" perfectly captures valuable insights into Luxembourg's internationally active business culture. The program is designed for young business leaders and entrepreneurs who possess a strong determination to learn and adapt to economically, politically and culturally diverse environments. Interested applicants can register at the dedicated website www.gvotm.lu. ●

HOESCA

2015: UNE ANNÉE SUCRÉE-SALÉE

L'assemblée générale de la fédération professionnelle Horesca s'est déroulée le 21 mars à la Chambre de Commerce. L'occasion de faire le point sur les faits marquants de 2015 pour les trois branches du secteur.

Les cafés ont vécu une année difficile, avec une perte de chiffre d'affaires de 7%, conséquence de l'interdiction de fumer et de la hausse de la TVA sur les boissons alcoolisées. La note positive de l'année a été la création du label de qualité *Wëllkomm*, qui permet à ses adhérents de se démarquer grâce à un panonceau destiné aux clients, de bénéficier d'une publicité commune et d'être éligibles pour des subsides lors d'investissements. À ce jour, *Wëllkomm* regroupe une quarantaine d'établissements. Les restaurants ont vu leur travail se complexifier avec l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation européenne les obligeant à signaler la présence d'allergènes dans leurs plats.



Ceci représente un travail considérable, surtout pour les plus petites unités, et vraisemblablement superflu, à en juger par le peu de demandes des clients pour ce type d'informations.

Enfin, les hôtels ont connu une année 2015 satisfaisante, mais ils s'interrogent sur le pouvoir grandissant des plateformes de réservation en ligne. En réponse à cette situation, la fédération européenne Hotrec a lancé la campagne «Book direct» incitant les clients à réserver directement sur les sites des hôtels. Pour accompagner les efforts de digitalisation de ceux-ci, Luxinnovation propose un service d'audit, subventionné à 50% par les pouvoirs publics. ●

UN ENTREPRENEUR SAIT SE PROJETER SUR LE LONG TERME



NOUS AUSSI

Nos conseillers spécialisés sont à votre écoute et vous épaulent au quotidien dans vos projets.

Plus d'informations sur www.bcee.lu/nousaussi
ou dans l'un des 14 centres financiers.



SPUERKEESS

Äert Liewen. Är Bank.

COMMISSION MIXTE

FRUCTUEUX ÉCHANGES À MOSCOU

La commission mixte de coopération économique entre l'Union économique belgo-luxembourgeoise (UEBL) et la Russie s'est réunie en février dernier à Moscou en présence d'une délégation économique.



Coprésidée par Dmitri Rogozine, Vice-Premier ministre de la Fédération de Russie, Étienne Schneider, Vice-Premier ministre du Grand-Duché de Luxembourg, et Alex Van Meeuwen, ambassadeur du Royaume de Belgique en Russie, la 10^e session de la commission mixte de coopération économique UEBL-Russie s'est tenue à Moscou le 18 février dernier. Pour l'occasion, Étienne Schneider était accompagné d'une importante délégation économique encadrée par la Chambre de Commerce. Dans le cadre de cette commission, la Chambre de

Commerce a co-organisé avec ses homologues russes un forum d'affaires sur les thématiques « Investissements et innovations » et « Transport et logistique ».

Les sociétés actives en Russie ont pu profiter dans ce cadre d'une plateforme pour présenter leurs projets et faire le point sur les collaborations actuelles et futures.

Lors de l'édition 2016 de la sous-commission Luxembourg-Russie, qui coïncidait avec le 125^e anniversaire des relations diplomatiques bilatérales, les discussions se sont articulées autour de cinq volets phares pour

les entreprises luxembourgeoises, à savoir la logistique, l'espace, l'industrie, les finances et l'innovation.

La forte présence luxembourgeoise à Moscou a témoigné de l'intérêt continu de nombreuses entreprises disposées à concrétiser de nouveaux projets en Russie. Le Luxembourg est répertorié comme le troisième plus grand investisseur en Russie. Les exportations de biens et services vers la Russie se chiffrent à 489 millions d'euros en 2014 et les importations se situent à hauteur de 110 millions d'euros. ●

FIT4START

CINQ PROJETS BRILLANTS SÉLECTIONNÉS

Après une phase pilote, le projet Fit4Start, destiné à soutenir les start-up TIC, vient de sélectionner cinq projets innovants pour sa première promotion qui s'annonce comme très prometteuse.



Fit4Start est un programme de quatre mois permettant aux start-up TIC luxembourgeoises d'avoir accès à un financement « early-stage » et à du coaching personnalisé. Sur les 100 dossiers de candidatures reçus, les meilleurs d'entre eux, 20 au total, ont été invités à « pitcher » en février dernier devant un jury composé d'entrepreneurs expérimentés et d'experts en financement. Cinq projets se sont particulièrement distingués lors de ces présentations, leur permettant ainsi d'être retenus pour la prochaine édition du programme, à savoir : Connected Rope, Evvos, Klap, Nomoko et Visual Scaffolding.

Ces cinq projets, parmi lesquels figurent deux entreprises déjà créées et trois en devenir, vont, à leur tour, rentrer de plain-pied dans cette aventure de quatre mois. C'est un véritable challenge qui s'offre à eux, en espérant qu'ils suivent la voie

tracée par Houser et Sport50, les deux projets couronnés lors de l'édition précédente.

Les nouveaux sélectionnés ont entamé leur programme de coaching d'une durée de 16 semaines fin mars et se sont vu remettre une enveloppe de 50.000 euros, subventionnée par le ministère de l'Économie. Preuve de la volonté de ce dernier d'améliorer davantage les conditions de démarrage des start-up innovantes, et en particulier de celles ayant terminé avec succès ce programme très sélectif, Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie, a annoncé que le montant d'aide initial sera complété de 100.000 euros additionnels pour chaque start-up diplômée réussissant à lever au moins 50.000 euros de fonds privés. De quoi lancer leurs activités sous les meilleurs auspices! ●

www.fit4start.lu

LOL VISIO

Rapprochez vos collaborateurs



Une communication plus proche
Un téléphone de dernière génération
Le tarif habituel, sans surcoût d'appels

Alliant simplicité et sophistication, le téléphone LOL VISIO de Luxembourg Online a été conçu pour permettre une communication de haute qualité. Facile d'usage, il s'utilise comme un téléphone classique, la visiophonie en plus. La communication est plus agréable et les décisions prises plus rapidement !

BRÈVES



ACA

Nouveau CA

À l'occasion de sa 60^e assemblée générale ordinaire le 10 mars dernier, l'ACA (Association des compagnies d'assurances et de réassurances) a élu son nouveau conseil d'administration pour un mandat de deux ans. Ce nouveau conseil d'administration est présidé par Marie-Hélène Massard, directrice générale d'Axa Luxembourg. Entrée au sein du groupe français d'assurances Axa en 1996, Marie-Hélène Massard s'expatrie en 2008 en Pologne avant d'être nommée en 2012 directrice générale et administratrice déléguée d'Axa Luxembourg. www.aca.lu

ALFI

Visit to EWUB

On 22 March, the delegation of the Association of the Luxembourg Fund Industry, headed by the chairman of ALFI Denise Voss and general director Camille Thommes, visited premises of East-West United Bank. After a brief excursion into the history of Villa Foch and East-West United Bank, the participants of the meeting discussed the possibilities for mutual cooperation and outlined a joint action plan for the upcoming period. EWUB hopes that such meetings with ALFI will become regular and will serve as a foundation for productive and long-term cooperation.



CLC

L'AVD adhère

L'AVD (Association pour la vente directe au Luxembourg) s'est affiliée à la clc le 25 février dernier. Elle regroupe des sociétés spécialisées dans toute une série de biens différents tels que la bijouterie fantaisie, les produits d'entretien, les bougies décoratives, la lingerie, etc.

Ces produits sont présentés soit à des consommateurs individuels, soit à un groupe de consommateurs dans le cadre de réunions à domicile ou de portes ouvertes. Le secteur de la vente directe réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 40 millions d'euros sur le territoire luxembourgeois. ●

CES

Nomination de Daniel Becker

L'assemblée plénière du Conseil économique et social du Luxembourg (CES) s'est réunie pour procéder à l'élection de son nouveau secrétaire général. Ce poste a été confié à Daniel Becker qui a repris les fonctions de Marianne Nati-Stoffel partie à la retraite le 1^{er} février 2016.

Daniel Becker qui, avant son arrivée au CES, était chef du service Transport au sein de l'Institut luxembourgeois de régulation, se réjouit de continuer à collaborer avec les représentants des différents CES nationaux et autres institutions de dialogue social. ●

FILMPRÄIS 2016

« ENG NEI ZÄIT » ZUR RICHTERGER ZÄIT

La 7^e édition du Lëtzebuurger Filmpräis s'est déroulée samedi 5 mars dernier au Grand Théâtre de Luxembourg devant un parterre d'invités témoins du succès incontestable de *Eng nei Zäit* qui est reparti avec trois prix.

9 courts métrages de fiction, 16 coproductions, 4 longs métrages luxembourgeois, 9 documentaires, 3 longs métrages et 3 courts métrages d'animation étaient en lice.

Eng nei Zäit a remporté trois prix sur les huit décernés : Meilleure contribution technique pour Jako Raybaut (image), Meilleure contribution artistique pour Luc Schiltz (acteur) et Meilleur film luxembourgeois pour Christophe Wagner (Samsa Film).

Ont également été récompensés lors de la soirée *The Light Eater*, de Sean McCormack – Fabrique d'Images (Meilleur court métrage d'animation), *Quenottes*, de Pascal Thiebaut et Gil Pinheiro – Zeilt Productions (Meilleur court métrage de fiction), *Black Harvest*, de Jean-Louis Schuller et



Sean Clark – Antevita Films (Meilleur documentaire), *Song of the Sea*, de Tomm Moore – Melusine Productions (Meilleure coproduction d'animation), et *Le tout nouveau testament*, de Jaco Van Dormael – Juliette Films (Meilleure coproduction de fiction).

Le Lëtzebuurger Filmpräis a été créé en 2003 afin de récompenser les meilleures contributions au cinéma luxembourgeois, de mettre en valeur les œuvres de qualité, d'encourager la création cinématographique, de favoriser le développement de l'industrie du film au Luxembourg et d'attirer l'attention du public sur les productions luxembourgeoises. ●

www.filmfund.lu

UEL/ADEM

DUO GAGNANT POUR L'EMPLOI

Un an après la signature de l'accord « Entreprises, partenaires pour l'emploi » entre le gouvernement et l'UEL, un premier bilan a été dressé. En complément de cette action, l'Adem a présenté son nouvel outil, le JobBoard.

Le programme « Entreprises, partenaires pour l'emploi » a pour objectif de développer une stratégie commune entre l'Adem et l'UEL afin de faciliter l'insertion des chômeurs sur le marché de l'emploi. Côté entreprises, l'engagement consistait à embaucher chaque année 12.600 demandeurs d'emploi, entre 2015 et 2017. Dès sa première année, le dispositif a légèrement dépassé les espérances avec 12.700 emplois créés en 2015, soit 1.800 de plus qu'en 2014. « Entreprises, partenaires pour l'emploi » est également devenu un label, décerné en 2015 à 23 entreprises particulièrement engagées auprès de l'Adem pour faire reculer le chômage.

Dans la foulée de ces premiers résultats encourageants, l'Adem a dévoilé son JobBoard, plateforme interactive accessible via son site internet,



visant la meilleure rencontre possible entre offre et demande d'emploi. Cet outil constitue un pas supplémentaire dans la digitalisation de l'Adem. Les demandeurs d'emploi régulièrement inscrits ont ainsi directement accès à quelque 4.000 annonces mises à jour quotidiennement. Les employeurs potentiels peuvent consulter les profils détaillés des demandeurs d'emploi, avec la possibilité d'activer une alerte pour recevoir une notification quand un nouveau profil publié correspond à leur recherche. ●

www.adem.lu



NATION BRANDING Marathon créatif

Les 4 et 5 mars, un week-end de co-création, organisé par le Comité nation branding dans trois lieux emblématiques de la création, nyuko, Luca et Carré, a rassemblé 40 volontaires pour traduire en axes créatifs les principales caractéristiques différenciatrices du pays :

fiabilité, ouverture et dynamisme. Pour les participants, une nouvelle identité (visuelle) du Luxembourg devra symboliser à la fois la sympathie, l'utilité et le courage, sans oublier une certaine audace. À partir des projets les plus inspirants, les concepts développés seront approfondis par des professionnels de la communication. ●

BCFL JEC World 2016 : matériaux prometteurs

En mars, à Paris, la Chambre de Commerce a conduit une délégation luxembourgeoise sur le plus grand salon international dédié aux composites. De nombreux secteurs d'activité intègrent ces matériaux (fibre de verre, fibre de carbone, bois aggloméré, béton armé...) dans la conception de leurs produits. Sources d'innovations multiples et leviers de différenciation, les composites offrent ainsi de nouvelles opportunités de croissance à l'industrie luxembourgeoise. Au Grand-Duché, le secteur génère déjà un chiffre d'affaires de près de 400 millions d'euros par an et emploie plus de 1.600 personnes. ●

BRÈVES



FEDIB

Un geste simple pour une bonne cause

Le 12 mars, la Fédération luxembourgeoise des distributeurs en boissons (Fedib) a lancé une grande campagne nationale de collecte des capsules métalliques à l'aide de 10.000 boîtes spécialement conçues (photo). Les capsules seront recyclées par une société spécialisée et les profits entièrement reversés à l'Association luxembourgeoise des groupes sportifs oncologiques (ALGSO), qui propose des activités sportives aux personnes atteintes de cancer, le sport ayant des vertus pour accélérer la guérison, lutter contre la dépression et prévenir les rechutes.

AD'REPORT 2015

Légère progression

Les investissements publicitaires ont connu une embellie en 2015 avec une progression de 2,5% pour les communications commerciales (hors offres d'emploi, annonces juridiques, financières, ou faire-part divers). Les médias qui connaissent la plus forte progression sont la presse magazine (+7,5%) et l'affichage (+8,9%). La télévision enregistre quant à elle un léger recul (-2,3%). Les deux annonceurs qui investissent le plus sont, comme l'an dernier, Cactus et Post Luxembourg. Luxair, Coca-Cola, Sources Rosport et McDonald's apparaissent dans le top 20 des investisseurs 2015 alors qu'ils n'y étaient pas en 2014.

FEDIL

DES CENTAINES DE JOBS DANS L'IT

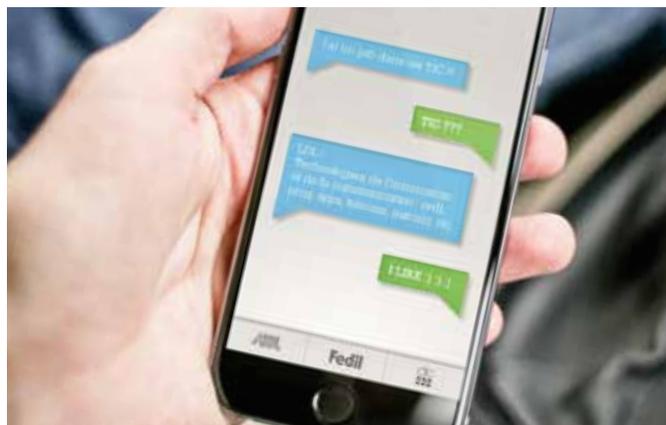
La Fedil, l'ABBL et la clc, en collaboration avec ICTLuxembourg, viennent de publier les résultats d'une enquête portant sur les prévisions d'embauche des entreprises dans le domaine des TIC.

Cette enquête, réalisée tous les deux ans et qui en est à sa huitième édition, constitue un bon baromètre du potentiel d'embauches dans les métiers des technologies de l'information et de la communication.

Un échantillon de 148 entreprises, représentant les secteurs de l'industrie manufacturière, de la construction, des services financiers, du commerce et des services aux entreprises, a déclaré 532 intentions d'embauches pour des postes IT, laissant présager

l'importance de ces métiers à l'échelle nationale.

Les besoins en compétences concernent plus particulièrement le développement et la maintenance de logiciels, ainsi que le développement et l'administration de systèmes d'information. Ce sont donc les profils de programmeurs, développeurs et techniciens support qui sont les plus demandés. Ce type de profils implique un haut niveau de qualification et donc de formation. Le niveau bac+2 est le mini-



mum requis dans 93 % des cas et les formations universitaires sont les plus recherchées avec 81,4 % des prévisions.

Une nouvelle initiative est à souligner cette année : un site internet présentant les résultats détaillés de l'enquête ainsi que plusieurs vidéos de témoignages de dirigeants d'entreprises actives dans les TIC décrivant leurs parcours, leurs attentes en

compétences et leurs conseils pour se former. Ce site doit attirer l'attention des jeunes vers les métiers de l'informatique ainsi que l'attention de leurs parents et enseignants qui tiennent une place importante dans l'accompagnement des choix d'orientation des jeunes. ●

www.tic-tonjobdavenir.lu



INITIATIVE HELLOFUTURE.LU

ENTREPRISES INDUSTRIELLES, FAITES LA PUB DE VOS MÉTIERS !

Le 29 février, la Fedil, la Chambre de Commerce, Luxinnovation et le gouvernement luxembourgeois ont lancé la campagne « Hello Future », visant à promouvoir les métiers de l'industrie.

Cette campagne a pour objectif de redorer l'image de l'industrie auprès du grand public, avec comme sujet principal la promotion de ses métiers.

Le développement d'une industrie performante au Luxembourg présuppose en effet la disponibilité d'une main-d'œuvre hautement qualifiée, ingénieurs et techniciens notamment. Les jeunes doivent être encouragés à s'intéresser à ces filières techniques qui offrent de réelles perspectives d'embauche. Attirer de jeunes talents vers l'industrie s'avère indispensable pour assurer la continuité, le développement et l'innovation dans cette branche de l'économie.

« Hello Future » est une campagne de proximité qui fait appel à la pédagogie pour informer les jeunes sur des métiers dont ils ignorent souvent l'existence. Le dispositif comprend plusieurs actions : une campagne médias pour le grand public, un kit péda-

gogique et des outils d'orientation destinés aux établissements scolaires, un site internet dont l'élément central est une bourse de stages qui doit être alimentée régulièrement par les entreprises industrielles, et enfin, pour aller à la rencontre des jeunes, un camion devant se déplacer en *road show* dans les différents lycées du pays (photo).

À l'heure actuelle, l'équipe du projet travaille sur les supports métiers à destination des élèves et de leurs enseignants, mais aussi sur le « recrutement » des entreprises désireuses de s'engager dans cette initiative en présentant leur savoir-faire et en communiquant les stages qu'elles peuvent proposer (info@hellofuture.lu).

Le lancement officiel de la campagne est prévu le 19 septembre 2016. ●

www.hellofuture.lu

Désormais la banque privée porte un nom composé.

Partageant une même philosophie, la banque Degroof et Petercam s'unissent aujourd'hui sous un nom commun. Désormais nous proposons nos services et expertises combinés pour devenir **le nouvel acteur indépendant de référence pour votre gestion patrimoniale et vos conseils financiers.**

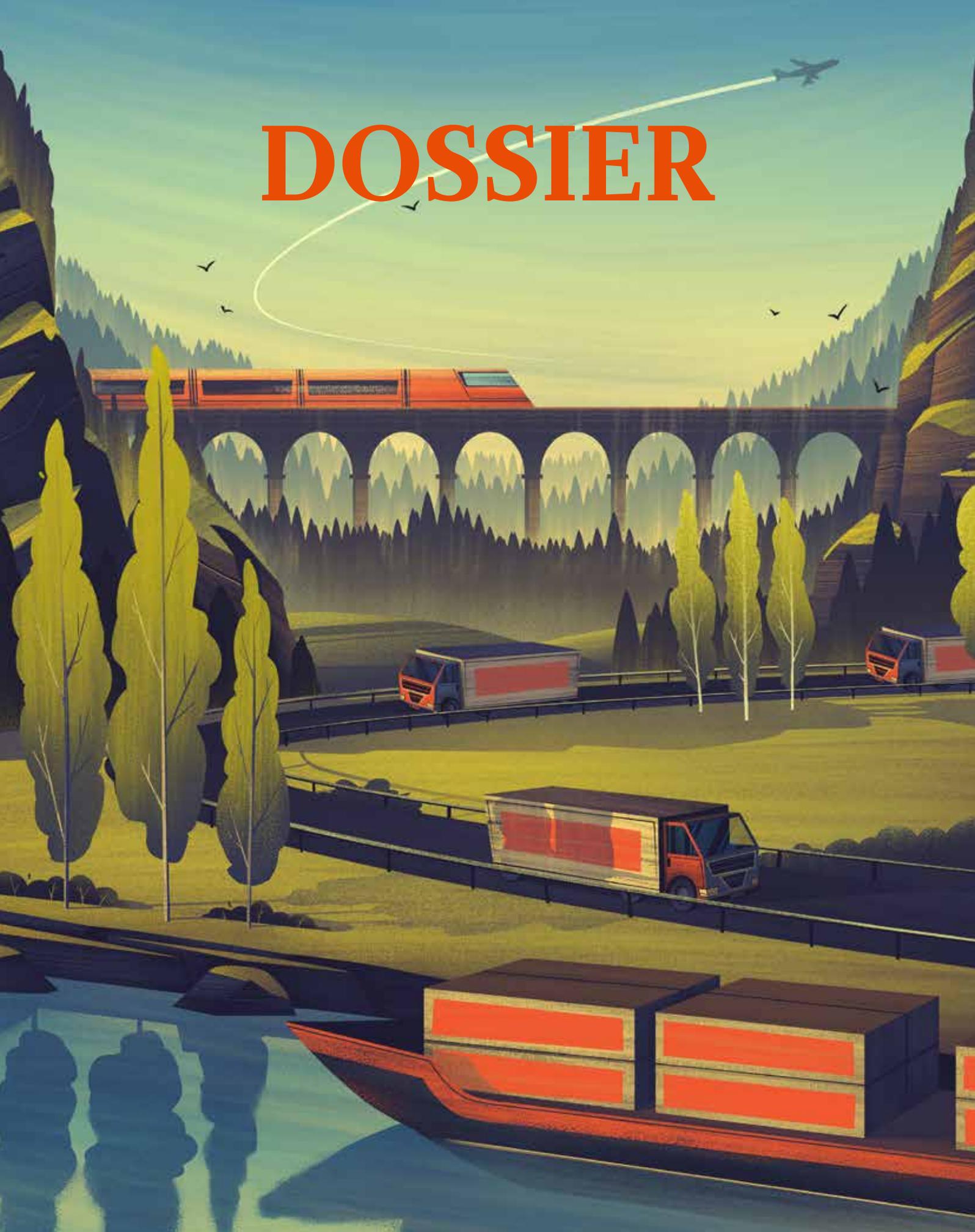
Que vous soyez client privé ou entreprise, venez dialoguer avec nos experts pour construire ensemble votre avenir.

Bienvenue chez Banque Degroof Petercam.
(+352) 45 35 45 - 4219 | bienvenue@degroofpetercam.lu



degroofpetercam.lu

DOSSIER



LOGISTIQUE

TOUJOURS PLUS VITE, TOUJOURS PLUS LOIN

Si la logistique doit faire face à un environnement complexe, il n'en demeure pas moins qu'elle reste un moteur important de l'économie européenne et un pilier de la politique de diversification économique luxembourgeoise. Avec plus de 100.000 m² de surfaces logistiques supplémentaires en cours d'achèvement et 135 millions d'euros d'investissements depuis 2013, le pays peut se targuer de disposer d'une plateforme logistique performante, intercontinentale et multimodale.

Texte : Marie-Hélène Trouillez / Cluster for Logistics Luxembourg



La logistique est un facteur-clé dans la mondialisation économique et son développement doit permettre à l'Europe de préserver son tissu industriel. L'intégration du numérique et des nouvelles technologies dites « Industrie 4.0 » exige une nouvelle façon d'organiser les moyens de production, avec la mise en place d'usines « intelligentes » (*smart factories*) capables d'une plus grande faculté d'adaptation dans la production et d'une allocation plus efficace des ressources. Les procédés de production fortement centrés sur l'échange de données mènent à un partage des tâches à travers le monde, ce qui renforce le développement de chaînes logistiques dans les entreprises industrielles ou en matière de services à un tiers, également appelés Third Party Logistics ou 3PL.

L'emplacement du Luxembourg au cœur des principaux corridors européens RTE-T place le pays en position privilégiée pour jouer un rôle dans des réseaux internationaux de logistique à haute valeur ajoutée et transports combinés. Le programme RTE-T de développement des infrastructures de transport de l'Union européenne, géré par l'agence du réseau transeuropéen de transport (TEN-T), a pour ambition de faciliter le développement des échanges, en particulier par l'interopérabilité des différents réseaux, et permettre ainsi la création d'un véritable marché unique, d'augmenter la part modale des modes de transport les plus respectueux de l'environnement, et d'accélérer l'intégration des nouveaux pays membres.

Avec pas moins de 18,6 milliards de tonnes transportées en Europe en 2014 pour un volume d'affaires estimé à 960 milliards d'euros, le secteur de la logistique emploie quelque 13.000 personnes au Luxembourg, soit 4 % de l'emploi, et pèse 3,8 milliards d'euros en termes de revenus annuels.

LES TENDANCES DE LA LOGISTIQUE EN EUROPE ET DANS LE MONDE

La locomotive allemande qui a tiré l'Europe ces dernières années ne serait pas le pays industriel dominant en Europe sans une logistique de pointe permettant d'exporter à travers le monde ou d'importer des marchandises et composants clés dans des délais de plus en plus courts. Au Luxembourg, le transport était intimement lié aux activités industrielles et commerciales de base et dépend aujourd'hui de plus en plus des activités de transit des pays qui l'entourent.

Les pays voisins du Grand-Duché sont tous des acteurs incontournables de la logistique. L'Allemagne, numéro un en Europe, avec, en 2014, 235 milliards d'euros de chiffre d'affaires (43 tonnes/habitant), table sur 2 % de croissance en 2016 et occupe 2,9 millions d'emplois. Vient ensuite la France avec 124,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires (35,4 t/h), puis les Pays-Bas avec 56,4 milliards d'euros (55,6 t/h) et enfin, la Belgique qui affiche 32,4 milliards d'euros (45,6 t/h). Pays de transit par tradition avec une intensité de transport de ►

Le Benelux a une moyenne de 58,8 km d'autoroutes par 1.000 km² contre 14 km pour l'Europe des 28 et 9 km pour les États-Unis.



L'accès aux ports de la mer du Nord (photo: Anvers) explique la compétitivité du secteur de la logistique au Luxembourg avec 7,3 % du PIB contre une moyenne de 6,7 % dans 30 pays européens.

74,5 tonnes par habitant, l'essor du secteur de la logistique au Luxembourg s'est construit sur l'industrie lourde et sa situation géographique centrale. Le Benelux compte en moyenne 57 km d'autoroutes pour 1.000 kilomètres carrés contre 14 km pour l'Europe des 28 et 9 km pour les États-Unis.

L'accès aux ports importants de la mer du Nord explique la compétitivité du secteur de la logistique au Luxembourg avec 7,4 % du PIB contre une moyenne de 6,7 % dans 30 pays européens.

En 2015, le secteur en Europe a subi de plein fouet les répercussions liées à la « nouvelle normalité », qui caractérise le passage d'une surchauffe économique à une croissance stable et maîtrisée en Chine, et au ralentissement de la conjoncture au Brésil et en Russie suite aux sanctions économiques, ce qui a entraîné la chute des volumes des ports du Nord (-9,3 % à Hambourg et -4,3 % pour Bremerhaven).

Les ports du Nord-Ouest pour lesquels le Luxembourg joue le rôle de *Hinterland* (la zone d'influence et d'attraction économique d'un port, c'est-à-dire la zone

qu'un port approvisionne ou dont il tire ses ressources, *ndlr*) ont mieux tiré leur épingle du jeu avec Rotterdam resté stable (+0,4 %) ou Anvers, qui a même vu une augmentation de 7,5 %. Avec 95 % des flux intercontinentaux transitant par voie maritime, les ports sont les portes d'entrée pour la circulation internationale des marchandises, et les grands centres de distribution dépendent de ces flux.

Le secteur peine à se remettre de la récession de 2009 après une période creuse et un développement accru de la sous-traitance contractuelle qui a atteint les 48 % en Allemagne, avec une moyenne de 40 % dans l'Europe des 30. Cette sous-traitance industrielle a permis aux manufacturiers de résister au déclin, de maintenir l'emploi et l'innovation en Europe et de gagner de nouvelles parts de marché à l'export.

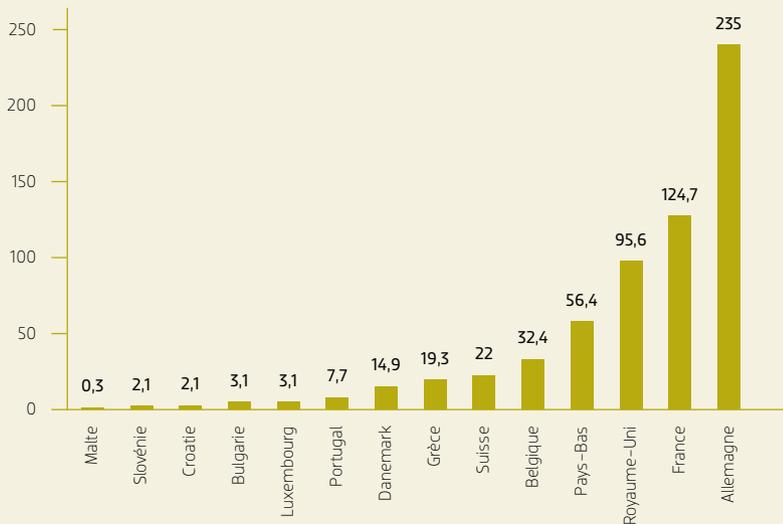
LES ACTEURS PRINCIPAUX ET LES INFRASTRUCTURES AU LUXEMBOURG

En 2015, 738.000 tonnes de fret – ou 5 % de l'UE 28 – ont été transportées via le Luxembourg contre 708.000 en 2014, ce qui représente une hausse de 4,2 % sur un an et de près de 10 % sur deux ans. Le Luxembourg enregistre une croissance presque deux fois supérieure à la moyenne mondiale, le fret aérien mondial n'ayant progressé que de 2,3 %. Cela démontre que les exportateurs, les transitaires et les compagnies aériennes reconnaissent l'excellent positionnement du Luxembourg au cœur de l'Europe. En 2014, l'indice de performance logistique, calculé par la Banque mondiale (Global LPI 2014), place le Luxem-

“
Le secteur de la logistique emploie quelque 13.000 personnes au Luxembourg, soit 4 % de l'emploi.
”

Parts de marché de la logistique pour différents pays d'Europe, 2014 (en milliards d'euros)

Source : Fraunhofer IIS 2015/16



bourg en huitième position du palmarès des pays les plus performants en matière de logistique !

L'inauguration du Pharma and Healthcare Center au Findel en 2014, l'ouverture de la première zone franche dans le pays, le Luxembourg Freeport en 2014 ou bien les investissements pour le développement de la plateforme multimodale à Bettembourg-Dudelage située dans un triangle bordé par la gare de triage, la ligne ferroviaire de Dudelage et l'autoroute A13, vont dans la direction de la diversification stratégique.

En 2017, les infrastructures reliant le Luxembourg et la Grande Région avec le reste de l'Europe par la route et le train combinés donneront accès aux marchés italien, espagnol, polonais, turc et chinois. La capacité sera portée de 80.000 actuellement à 300.000 conteneurs et de 45.000 à 300.000 semi-remorques. Deux à quatre fois par jour, l'autoroute du rail permet aux semi-remorques de 44 tonnes de parcourir 1.050 km entre Le Boulou, près de la frontière espagnole, et Bettembourg en 14 h au lieu de 20 h par la route. Cette autoroute du rail décongestionne l'axe Nord-Sud et produit en moyenne 200 kg de CO₂ contre 1 tonne pour la route.

En Europe, 78 % du transport des marchandises s'effectue par la route. Le ferroviaire suit avec 7 % en moyenne et la navigation intérieure de 3 % est largement dépassée par le transport maritime qui représente 8 %. L'accès à la mer, qui offre un accès aux grands flux de fret internationaux, domine la logistique chez nos voisins. Trois ports majeurs se situent dans un rayon de 500 kilomètres autour du Luxembourg, à savoir Rotterdam, Anvers et Zeebruges. ►



INTERVIEW

CARLO THELEN

Président, Cluster for Logistics

“ Réinventer la mobilité des personnes et des biens. ”

Quelles sont vos priorités en tant que président du Cluster for Logistics ?

« Les investissements réalisés dans les infrastructures et le développement des compétences commencent à porter leurs fruits. Ces mesures promeuvent le Luxembourg en tant que hub logistique et encouragent nos membres à prospecter de nouveaux marchés. À mon avis, les priorités sont de trois ordres. L'implémentation rapide d'un guichet électronique Single Window for Logistics (SWL) permettra de simplifier, dématérialiser et automatiser les procédures. La collaboration entre les opérateurs du secteur doit être renforcée pour rester à la pointe de la technologie. Enfin, nos activités promotionnelles et de formation sont à développer et à adapter constamment aux besoins des entreprises.

Quelle est la particularité du Cluster for Logistics ?

« Le Cluster for Logistics est financé autrement que les clusters et réseaux d'innovation regroupés sous l'enseigne Luxembourg Cluster Initiative, lancée par le gouvernement et animée par Luxinnovation, qui vise à développer les technologies de pointe. Le Cluster for Logistics est financé par ses membres et membres fondateurs – dont la Chambre de Commerce fait partie – et reçoit des aides du gouvernement pour des projets spécifiques comme le programme Lean and Green ou la mise en place du SWL. Son objectif est de faire

collaborer les acteurs privés et les observateurs des ministères au sein de groupes de travail ou lors d'événements. Le cluster prend également part aux manifestations susceptibles de susciter de nouvelles opportunités pour nos membres.

Quelles conclusions peuvent être tirées du groupe « Mobilité et logistique » constitué dans le cadre de l'étude sur la troisième révolution industrielle ?

« Il s'agit de réinventer la mobilité des personnes et des biens. Développer des moyens de transport propres en réduisant la demande énergétique et inventer l'internet de la logistique et des déplacements constituent les premiers défis à relever. Les gains de productivité reposeraient sur la mise en commun des modes de traçabilité, de transport ou de stockage. Le concept d'internet de la logistique pourra s'appliquer à la mobilité des personnes, où les problématiques de complémentarité des offres, d'interconnexion des réseaux, de partage de l'information et d'optimisation des infrastructures exigent une coordination des opérateurs. L'application des principes de l'économie circulaire à l'ensemble des domaines d'action améliorera le bien-être économique et social, tout en préservant les ressources naturelles non renouvelables. »

www.clusterforlogistics.lu



La « Ceinture bleue » : un espace unique du transport maritime

Le Luxembourg est loin de la mer, mais cela ne l'empêche pas d'être actif dans le domaine maritime. Le pays s'est doté d'outils afin de répondre aux besoins des professionnels de l'économie bleue. Un écosystème que le Cluster maritime luxembourgeois se charge de défendre et de promouvoir lors de conférences et d'événements comme le Maritime Day qui a eu lieu le 3 mai dernier. Les commissionnaires et les exportateurs de fret dénoncent actuellement les lourdes charges administratives dans les ports qui engendrent des frais et des retards et rendent le secteur maritime moins attrayant par rapport à d'autres modes de transport. En 2013, la Commission a présenté des mesures visant à simplifier les formalités douanières pour les navires. La communication « La Ceinture bleue : un espace unique pour le transport maritime » a été adoptée et présente deux propositions d'allègement des formalités applicables au maritime en modifiant le code des douanes en vigueur (DAC).



01.

Ils représentent 50 % du volume de fret maritime en Europe. Si l'on ajoute le port de Hambourg, ce taux s'élève à 80 %. L'un des objectifs de la plateforme multimodale de Bettembourg-Dudelange est de renforcer ses liaisons ferroviaires avec ces ports de la mer Baltique et de la mer du Nord.

LES MÉTIERS DE LA LOGISTIQUE ET LES PROFILS RECHERCHÉS

La demande en main-d'œuvre qualifiée reste élevée. Les entreprises logistiques sont à la recherche de jeunes gens motivés et les opportunités de travail demandant rigueur, fiabilité et motivation sont nombreuses. Le gouvernement anticipe une hausse de l'emploi dans le secteur avec l'ouverture du nouveau hub logistique de Bettembourg-Dudelange.

Confrontées aux défis croissants du monde des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC), les entreprises devront trouver les compétences technologiques en matière de services dans le transport, avec des employés formés d'ici à l'horizon 2020.

Les différents métiers classés par activité :

Transport : le Luxembourg compte essentiellement des chauffeurs routiers, des livreurs express et des conducteurs de train. 330 entreprises maritimes sont implantées au Grand-Duché qui offre également des débouchés en tant que marins ou bateliers pour la marine marchande.

Logistique : l'emploi dans ce secteur se compose d'affréteurs, d'agents de routage, d'agents de transit, d'agents logisticiens, d'emballeurs professionnels, magasiniers ou agents de distribution, responsables d'entrepôt et préparateurs de commandes.

Services : des spécialistes avec expérience sont recherchés avec l'expansion de grands groupes au Luxembourg : agents commerciaux, responsables ventes et achats, déclarants en douane, agents d'assurance, responsables de suivi de clients ou responsables formation.

Technique : de nombreuses opportunités sont offertes, puisque les parcs de véhicules – camions, trains, avions et barges – nécessitent des agents de maintenance, des agents de manutention, des mécaniciens et des ingénieurs.

Informatique : les activités logistiques étant de plus en plus liées à l'informatique, les jeunes talents, experts en nouvelles technologies, sont recherchés. Il existe, par exemple, une forte demande pour des responsables IT, des coordinateurs de support ou des programmeurs spécialisés.

LA FORMATION S'ÉTOFFE À L'IMAGE DU SECTEUR

La grande diversité des métiers qu'offre le secteur de la logistique est malheureusement méconnue du grand public. D'où l'intérêt de promouvoir le secteur par le biais de diverses actions, notamment la Journée de la logistique qui a lieu chaque année en Europe au mois d'avril. La promotion du secteur s'effectue également par un renforcement des formations au Luxembourg.

Après le diplôme d'aptitude professionnelle (DAP) créé en 2006, un nouveau cours de niveau technicien (DT) a vu le jour lors de la rentrée 2015. La première année de 10^e se déroule en commun avec la formation DT administratif et commercial. À partir de la 11^e, la formation se déroule en alternance, avec deux

Indice des performances logistiques 2014 (LPI)

Source : Banque mondiale

Pays	Classement 2014	Classement 2012
Allemagne	1	4
Pays-Bas	2	5
Belgique	3	7
Royaume-Uni	4	10
Singapour	5	1
Suède	6	13
Norvège	7	7
Luxembourg	8	15
États-Unis	9	9
Japon	10	8
Irlande	11	25
Canada	12	14
France	13	12
Suisse	14	16
Hong-Kong	15	2

jours à l'école et trois jours en entreprise. La formation débouche sur un grand nombre de métiers administratifs et organisationnels comme l'administrateur, qui organise le transport, le responsable d'entrepôt, qui gère le stockage, ou le déclarant en douane, qui règle les formalités administratives.

Alors que le DAP prépare les jeunes directement au marché du travail, le diplôme de technicien permet de poursuivre les études à un niveau de brevet de technicien supérieur (BTS), qui pour l'instant est dispensé à l'étranger, notamment en France et en Allemagne.

« Qualilog », un programme inédit au Luxembourg, est dédié aux personnes à la recherche d'un emploi. Il s'agit d'un cycle de formation professionnelle continue qui permet de promouvoir les métiers dans le secteur de la logistique et des transports au Luxembourg. Cette formation de trois mois a pour objectif de faire connaître les métiers et les atouts du secteur, de préparer des demandeurs d'emploi intéressés qui souhaitent développer leurs connaissances et leurs compétences. Il forme aux métiers de manutentionnaire, préparateur de commandes, magasinier, gestionnaire d'entrepôt ou chauffeur-livreur. La gestion de ce programme est assurée par le Centre national de formation professionnelle continue (CNFPC), en collaboration avec l'Adem.

Le Lifelong Learning Center propose, en partenariat avec l'Université Panthéon-Assas Paris et l'Université de Strasbourg, une formation de 396 h comprenant un master management de projets logistiques et un master achat international.

Créé depuis peu par la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers, l'Institut supérieur de l'économie (ISEC) représente la volonté des acteurs patro-



02.

naux d'établir une offre de formation académique et diplômante dans les domaines de la gestion d'entreprise, de l'informatique, de la logistique et de la construction durable.

Enfin, un nouvel institut, baptisé Luxembourg Centre for Logistics (voir encadré page 54), est en cours de lancement en collaboration avec la prestigieuse faculté américaine MIT de Boston.

Le Cluster for Logistics soutient la création de cet institut, qui proposera des cycles d'études et des programmes de formation continue et renforcera la recherche et la spécialisation.

CIBLER LES NICHES ET LES SERVICES À VALEUR AJOUTÉE

Depuis la création du Cluster for Logistics en 2009, le gouvernement a suivi un plan d'action national « Logistique et transport » élaboré par le ministère de l'Économie et le ministère du Développement durable et des Infrastructures (MDDI). Des investissements conséquents ont été réalisés, avec comme objectif de positionner le Luxembourg comme plateforme logistique intercontinentale moderne et multimodale.

En 2012, le Cluster for Logistics, dirigé aujourd'hui par Malik Zeniti et qui compte une centaine de membres, avait été chargé de réaliser une étude baptisée *Future for Logistics (FutLog)* visant à détecter les enjeux auxquels allaient être confrontés les acteurs à moyen et long termes, à définir les objectifs stratégiques et à fixer les pistes d'actions et projets concrets à mettre en œuvre. Les conclusions de l'étude comprenant 222 recommandations ont été remises au gouvernement. ►

01. Le bâtiment du Freeport de 22.000 m² sur quatre étages définit de nouveaux standards en matière de préservation, d'entreposage et de gestion d'œuvres d'art et d'objets de valeur.

02. L'autoroute ferroviaire permet aux semi-remorques de parcourir 1.050 km en 14 h au lieu de 20 h par la route.



INTERVIEW
JANET JIANG

Regional manager China,
Cargolux

“**We are one of the leading airfreight carriers in China today.**”

Following your recent appointment as a regional manager China, Cargolux, what are your new challenges?

“China has been a major focus for Cargolux since we began operations in 1972. Following our partnership with HNCA in 2014, we have boosted our presence and business in China and are one of the leading airfreight carriers in this market today. With our long-standing experience, we can see two challenging aspects in China. One is the slowdown of the economic growth with exports that dropped by 25.4% and imports by 13.8% for the February 2016 trade figures. But while many talk of a slump, Cargolux does not necessarily subscribe to that. We see it as a return of the growth rate to more sustainable levels. We believe that the situation has been met with a decisive response by the Chinese Central Bank and Central Government. Secondly, the problem of overcapacity is still obvious, it has caused the export market rate to stay at a low level, which can be challenging for any short term profitability growth.

What is the impact for Luxembourg of the strategy of Cargolux for China?

“The Cargolux board of directors has approved an investment of US\$77 million for the set-up of our joint-venture airline, Cargolux China, in Zhengzhou. Cargolux will be a 35% shareholder in the new

company, together with Henan Civil Aviation Development and Investment Co. (HNCA), Xin Gang Investment & Development Co., Ltd. and the Henan Airport Group Co., Ltd. The Henan province follows a long-term plan to attract investments and be the primary link between China to Europe, all in line with, and supported by the Chinese Government. It will develop innovative ways to promote foreign trade, including the expansion of trials in cross-border e-commerce and to encourage processing trade to move to the central and western regions. For Cargolux, a truly global network for the truly global customers is the key to success and Cargolux China plays an essential part in the airline's strategy to be the global cargo carrier of choice.

What are the strong points of Luxembourg?

“Luxembourg is a strong country with a deep cultural heritage and a healthy economy and, with Cargolux's increasing presence in China, more and more Chinese enterprises are convinced that Luxembourg is a business-friendly nation with a convenient central location in Europe. Cargolux's hub at Luxembourg airport not only offers fast connections to our worldwide destinations, but also direct highway connections to all major European financial and industrial centres.”



01.

Certaines de ces recommandations sont particulièrement d'actualité, notamment :

- Le développement de niches qui présentent des opportunités de croissance et de résilience.
- L'évolution de l'Eurohub en plateforme de fret reconnue pour ses activités à valeur ajoutée.
- Le *benchmarking* du Luxembourg avec ses compétiteurs actuels et futurs.
- L'ouverture aux produits non européens grâce à un régime de TVA efficace.
- La création d'un groupe de développement du fret aérien avec les acteurs et administrations concernés.

Le Luxembourg doit améliorer sa compétitivité et innover en matière de services. Pour une meilleure performance et une réduction des coûts, les modes de transport doivent être mieux combinés. Il ne suffit pas de se distinguer par des facteurs classiques tels que les volumes, la croissance ou la position géographique, car les hubs concurrents mettent en avant des caractéristiques similaires. Le Luxembourg doit

“**La grande diversité des métiers qu'offre le secteur de la logistique est malheureusement méconnue du grand public.**”

01. Malik Zeniti dirige le Cluster for Logistics Luxembourg, qui a pour mission de servir, représenter et promouvoir le secteur logistique luxembourgeois et de soutenir ses membres en matière d'innovation et de formation.

02. La promotion du secteur de la logistique s'effectue également par un renforcement des formations au Luxembourg.



02.

faire la différence en affichant sa capacité à offrir des services logistiques à la pointe du progrès, garantir qualité, rapidité et sécurité, exceller en matière d'innovation et de développement durable, le tout soutenu par des outils marketing performants.

La reconversion de l'ancien site militaire américain WSA en centre logistique à Bettembourg-Dudelage va dépendre des flux de l'étranger et il serait opportun de considérer la possibilité de le positionner en tant que site tri-modal en reliant de façon efficace les flux en provenance des 90 destinations du Findel avec une zone de services logistiques contractuels en sous-traitance. Ce service multilingue et innovant pourrait apporter une réelle valeur ajoutée et positionner le Luxembourg par rapport aux autres aéroports (Londres, Francfort, Paris et Amsterdam) souvent saturés... Sachant qu'une tonne transportée en Allemagne a une valeur moyenne de 75.000 euros, le fret aérien reste un enjeu de taille.

Le Pharma and Healthcare Center, inauguré au Findel en avril 2014, a été rapidement acclamé par les spécialistes de la logistique des produits pharmaceutiques, puisqu'il s'agit du premier aéroport certifié aux normes européennes GDP les plus récentes pour les produits pharmaceutiques. Des méthodes de supervision des flux de marchandises ultra-modernes permettent à tout moment de consulter la situation des marchandises et un personnel hautement spécialisé et formé accompagne les produits. Quatre zones d'entrepôt à température contrôlée répondent aux demandes les plus spécifiques des clients.

Les acteurs du secteur de la chaîne du froid et les experts en produits sensibles se sont alliés pour être présents lors de salons généraux de la logistique à Munich, Shanghai ou en Turquie ou sur des salons plus spécifiques comme Cool Chain Europe, qui s'est tenu à Francfort en janvier dernier. Cool Chain Europe est devenu le salon incontournable des acteurs de la logistique pharmaceutique sous chaîne du froid. Véritable plateforme d'échanges, il regroupe une centaine de sponsors, équipementiers, industriels pharmaceutiques et biotechnologiques. Le Cluster for Logistics est membre de l'European Logistics Association (ELA), de la Cool Chain Association (CCA) et forme le maillon luxembourgeois de la Bundesvereinigung Logistik (BVL), facilitant l'accès au réseau international de la logistique.

Autre niche, le Freeport, port franc hautement spécialisé et inauguré en 2014, suit toutes les recommandations de l'OCDE en matière d'antiblanchiment et est surveillé par la douane 24 h/24. Il est en passe de se forger une place dans le monde discret et traditionnel de l'art et des biens de grande valeur, sans oublier le rôle qu'il est censé jouer dans le domaine de la diversification de la place financière.

UN GUICHET UNIQUE POUR UNE MEILLEURE COMPÉTITIVITÉ

Un projet de guichet unique lancé en 2010 par la douane et repris par un groupe d'acteurs plus large, le Single Window for Logistics (SWL), se développe trop lentement de l'avis des opérateurs (voir ►

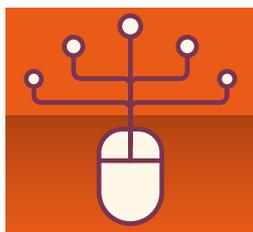
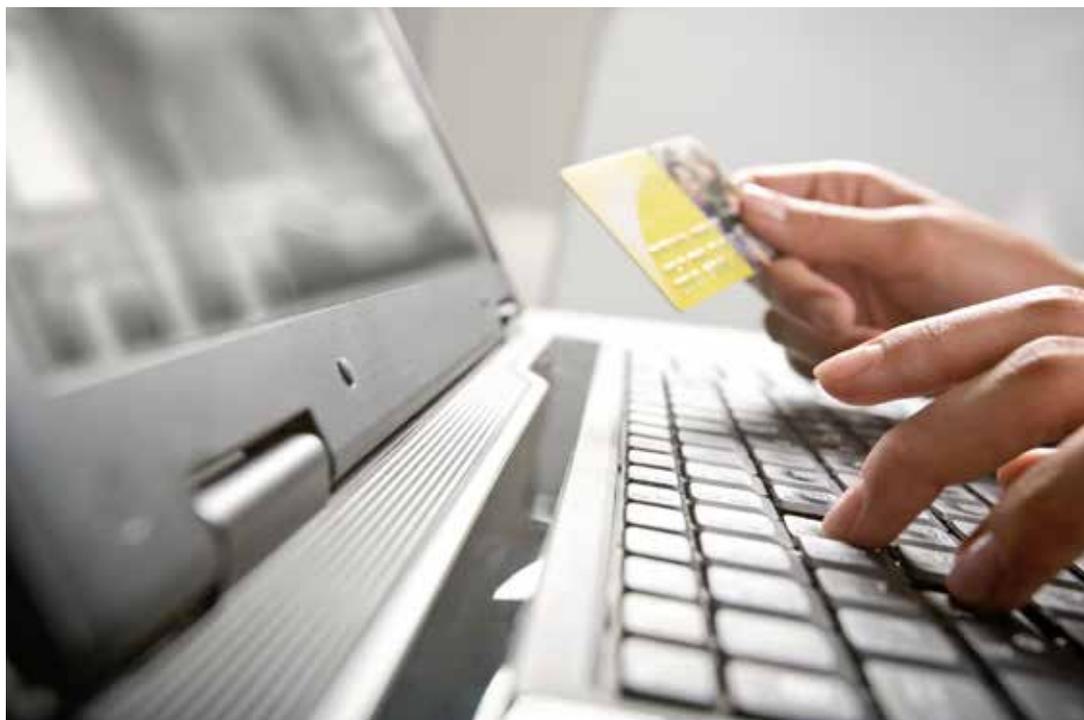


Les formations logistiques au Luxembourg

Un diplôme d'aptitude professionnelle (DAP) a été créé en 2006, et un cours de niveau technicien (DT) a vu le jour en 2015. À partir de la 11^e, la formation se déroule en alternance et offre des débouchés vers les métiers administratifs et organisationnels. Tandis que le DAP prépare au marché du travail, le DT permet d'accéder au brevet de technicien supérieur (BTS), dont les cours sont dispensés à l'étranger. Qualilog, un cycle de formation professionnelle continue géré par le CNFPC, a pour objectif de préparer des demandeurs d'emploi intéressés par des métiers tels que manutentionnaires ou préparateurs de commandes. Le Lifelong Learning Center propose, en partenariat avec deux universités en France, un master management de projets logistiques et un master achat international. Enfin, l'Issec proposera, entre autres, une offre académique et diplômante en logistique.

L'e-commerce et la logistique étaient au cœur des débats lors du Logistics Day organisé le 19 avril 2016 par le Cluster for Logistics.

Les 7 et 8 septembre 2016, le premier événement européen de la logistique e-commerce – Deliver – aura lieu au Luxembourg.



Le Luxembourg Centre of Logistics

La logistique va bénéficier d'un centre de recherche, d'enseignement et de transfert des connaissances qui contribuera à faire du Luxembourg un pôle européen en matière de transport et de logistique. Baptisé Luxembourg Centre of Logistics, il s'appuiera sur le prestigieux Massachusetts Institute of Technology (MIT de Boston). Le centre proposera un master en management de la chaîne logistique prévu en 2017, mais aussi des cycles d'études et des programmes de formation continue et mènera des activités de recherche appliquée en étroite coopération avec le secteur industriel. L'institut sera rattaché à la faculté de Droit, d'Économie et de Finance de l'Université du Luxembourg. La coopération avec le MIT permettra au Luxembourg d'accéder à son réseau d'éminents experts et de contacts industriels du monde entier.

encadré page 50). La complexité des procédés, le nombre important des acteurs et des administrations gouvernementales concernés et l'incompatibilité des différents systèmes d'exploitation sont autant de facteurs qui rendent la mise en place du SWL difficile. Le guichet unique devrait permettre de réduire le temps de traitement des données, minimiser le temps d'attente des marchandises et œuvrer pour la promotion de la place logistique du Luxembourg.

En effet, en raison de ses coûts salariaux et des prix de l'immobilier élevés, le Luxembourg éprouve quelques difficultés à être considéré comme un haut lieu de la logistique. L'objectif poursuivi par le projet de dématérialisation administrative est de permettre aux opérateurs de déposer des documents standardisés en un point d'entrée unique pour procéder à toutes les formalités requises en cas d'importation, d'exportation et de transit. Ceci dans le but d'accé-



Les entreprises devront trouver les compétences technologiques en matière de services dans le transport, avec des employés formés d'ici à l'horizon 2020.



lérer l'obtention des permis tout en respectant les obligations légales du commerce international.

Il semble que le Luxembourg soit à la traîne, les PME n'ayant pas encore intégré l'ensemble des technologies digitales. L'e-gouvernance atteint la 22^e place sur 28 dans la communauté européenne (*l'e-gouvernance est l'utilisation par le secteur public des technologies de l'information et de la communication dans le but d'améliorer la fourniture d'information et de service, d'encourager la participation du citoyen au processus de décision et de rendre le gouvernement plus responsable, transparent et efficace, ndlr*) et le nombre de documents électroniques e-AWB de la Iata, l'Association internationale du transport aérien, augmente continuellement, atteignant 37 % de taux de pénétration (*l'e-AWB ou e-Air Way Bill est la dématérialisation de la LTA papier en vue de sa suppression. À travers l'initiative Iata e-Freight, les données de la LTA papier sont filmées, stockées et diffusées par voie électronique, conformément aux exigences de l'e-AWB de l'Iata, ndlr*).

En janvier 2016, le volume d'e-AWB traités au Luxembourg place le pays à la 43^e place, avec le risque d'être dépassé par l'Islande et la Colombie dans un palmarès largement dominé par l'Europe et l'Asie et où l'Allemagne (8^e), les Pays-Bas (9^e) et la France (10^e) figurent dans le top 10!

À l'heure actuelle, la priorité est donnée à 26 contrôles et quatre administrations stratégiques délivrant les permis pour transporter des produits alimentaires, d'origine animale et les denrées périssables (PER+) afin de rester en compétition avec les principaux partenaires commerciaux du Luxem-



bourg, à savoir l'Allemagne, la France et la Belgique. Les premiers permis de la phase 1 du SWL devraient aboutir fin 2016, début 2017. Les permis de la phase 2, gérant les procédures d'import-export et de transit, entreront en vigueur vers la fin 2017, début 2018.

E-COMMERCE : QU'EST-CE QUI VA CHANGER POUR LA LOGISTIQUE ?

La Journée de la logistique 2016 a eu lieu le 19 avril dernier et avait pour thème les défis et opportunités pour les entreprises actives en logistique à l'ère du commerce électronique. Selon l'organisme E-commerce Europe, quelque 250 millions d'e-consommateurs en Europe effectuent en moyenne pour 1.545 euros d'achats en ligne, par personne et par an. Au Luxembourg, le chiffre d'affaires du commerce électronique vient d'atteindre les 600 millions d'euros, avec une moyenne de 1.574 euros d'achats de produits et de services à parts égales par personne et par an, un chiffre qui dépasse la moyenne européenne.

Cependant, seules 7 % des entreprises offrent des produits en ligne. Selon Pierre Friob, président de la fédération eCOM.lu, regroupant certains acteurs de l'e-commerce grand-ducal, la tendance en Europe est au développement de l'e-commerce, mais les entreprises luxembourgeoises ne sont pas équipées pour faire face à cette situation. Outre le manque de personnel qualifié, le pays doit résoudre un grand problème de logistique, de moyen de paiement et de compétitivité adaptés. ►

Chaque année, Cargolux fait voyager 3.000 chevaux, représentant chacun une valeur pouvant aller jusqu'à 5 millions d'euros. Cette cargaison vivante très spéciale et d'une grande valeur marchande a nécessité un investissement dans des box de nouvelle génération qui offrent une sécurité supérieure en réduisant les sensations de mouvements pour les chevaux et leur stress pendant le voyage grâce à un double plancher plus stable. Les chevaux sont accompagnés de plusieurs grooms qui peuvent à tout moment accéder aux box pour vérifier comment se portent les animaux et les nourrir. Cargolux est membre de l'Ata, l'Association des transports des animaux, qui vérifie que les négociants et transporteurs ont les qualifications requises.



INTERVIEW

DANIEL LIEBERMANN
Conseiller de direction
en charge du secteur logistique,
ministère de l'Économie

“ Le Luxembourg a une réelle solution logistique à faire valoir. ”

Pouvez-vous dresser un bref bilan du plan d'action national « Logistique et transport » depuis 2013 ?

« De nombreux projets ont été réalisés. Le site Eurohub Sud à Bettembourg-Dudelange a pris forme, avec la construction du bâtiment logistique de Transalliance et du premier entrepôt de S.O.L.E.I.L. ou encore l'entrepôt de CFL multimodal en cours d'achèvement. Notons également la construction du Freeport ou le centre Pharma au Findel. Depuis 2013, 100.000 m² de surfaces d'entreposage ont été achevées ou sont en cours de réalisation, pour un investissement de 135 millions d'euros. Il existe une réelle dynamique au sein du secteur et un attrait pour le Luxembourg. Ceci a encore été récemment confirmé lors de l'annonce du logisticien Kuehne + Nagel de s'agrandir à Luxembourg avec la construction d'un nouvel entrepôt de 46.000 m² sur le site Eurohub Centre à Contern, dont 20.000 m² seront dédiés au nouveau centre de distribution européen de l'entreprise de robotique japonaise Fanuc. D'autres projets d'investissement prometteurs sont en discussion. La politique multimodale poursuit son développement avec la construction de terminaux intermodaux rail/route à Bettembourg-Dudelange et l'extension du réseau de connexions ferroviaires. Diverses initiatives visant à faire valoir l'engagement écologique d'une entreprise (label Lean and Green) ou ses compétences en matière d'acheminement de produits pharmaceutiques

(certification GDP) ont rencontré un vif succès. En matière de formation, notons la mise en place du diplôme de technicien en logistique ou encore la formation QualiLog de l'Adem. Au niveau universitaire, l'Université du Luxembourg a initié le Luxembourg Centre of Logistics, créé en collaboration avec le réputé Massachusetts Institute of Technology.

Qu'en est-il de la politique de spécialisation multi-produit du plan d'action ?

« Des progrès ont été réalisés avec le Freeport dédié aux biens de grande valeur ou la mise en place d'une solution pour les produits pharmaceutiques. Aujourd'hui, la logistique de l'e-commerce est au centre de nos réflexions stratégiques et nous suivons de près la stratégie européenne du marché unique numérique et le développement de l'e-commerce chinois.

Quelles sont les priorités du gouvernement en matière de logistique ?

« Le Luxembourg a une réelle solution logistique à faire valoir. De ce fait, il est important d'intensifier nos efforts de promotion et de prospection économiques. Afin de garder un hub logistique compétitif, il faudra mener une veille stratégique continue. Une autre priorité du gouvernement est la création d'un guichet électronique Single Window for Logistics qui permettra aux opérateurs d'effectuer de façon dématérialisée leurs formalités administratives liées aux activités logistiques. »

**INTERVIEW**

FRAENZ BENOY
 Directeur Activités fret, CFL
 et administrateur délégué,
 CFL multimodal

“ Faire du site Eurohub Sud un pilier du transport intermodal en Europe. ”

Quel rôle pourrait jouer le transport multimodal en Europe selon vous ?

« L'Union européenne est pleinement engagée par le biais de politiques volontaires dans la promotion du transport multimodal. Nous travaillons activement à la mise en œuvre de trains intermodaux au départ du hub de Bettembourg et donnons la priorité à la fiabilité et la qualité de notre offre. Le transport intermodal présente de nombreux avantages, tant économiques qu'environnementaux. Il offre une véritable alternative au transport routier sur certains axes et pour des flux massifiés. Les trains combinés sont de plus en plus compétitifs tant en termes de prix qu'en termes de temps de transit, même si les initiatives européennes et nationales de soutien au transport combiné sont encore indispensables pour compenser les surcoûts de l'infrastructure ferroviaire par rapport à la route, surtout pour le fret de courte ou moyenne distance. Par ailleurs, le transport intermodal contribue à la réduction des émissions de CO₂ et des coûts externes (accidents, pollution, bruit, congestion...). En 2016, notre train quotidien sur Lyon permettra par exemple de transférer quelque 20.000 containers, l'équivalent de 2.000 km de camions et semi-remorques sur le rail et d'économiser plus de 70 % de CO₂.

Quel sera l'impact du site de Bettembourg-Dudelange pour la logistique au Luxembourg ?

« En créant un pôle multimodal fort et connecté aux principaux centres économiques européens sur le site de l'Eurohub Sud, nous avons pour objectifs de servir au mieux les acteurs économiques et industriels déjà présents et d'assurer un rôle de catalyseur pour les entreprises logistiques et les transporteurs prêts à transiter vers un autre mode de transport que la seule route.

Où voyez-vous CFL multimodal en 2025 ?

« Le site de Bettembourg-Dudelange se dote d'une infrastructure performante et d'une offre de services complète et de haute qualité, qui lui permettent de se positionner sur le plan européen. CFL multimodal a pour vocation de contribuer à mieux connecter le Luxembourg aux principaux ports et centres économiques européens, de soutenir le développement de l'économie nationale et régionale et de jouer un rôle moteur pour proposer des solutions logistiques multimodales innovantes. Nous avons pour ambition de faire de la plateforme logistique de Bettembourg-Dudelange un hub de distribution paneuropéen, véritable pilier du transport intermodal en Europe, au service de nos clients. »



01.

01. Chantier du nouveau terminal intermodal avec, à droite, les voies de triage et une partie du terminal actuel.

02. Les labels Lean and Green sont attribués aux entreprises qui se donnent un plan d'action pour diminuer leurs émissions de CO₂ d'au moins 20 % en cinq ans.

Dans un contexte de contrôle renforcé de la sécurité en matière de transport aérien, le transfert de données par voie électronique devient primordial dans le cadre du développement de centres de distributions européens de marchandises d'origine non européenne. Ainsi, afin d'accélérer les flux de distribution finale, les opérateurs logistiques et les autorités douanières exigent des informations détaillées des marchandises plusieurs heures avant leur arrivée dans les aéroports.

L'e-freight est en pleine croissance et devrait continuer à se développer, poussé par la croissance continue de l'e-commerce et l'obligation des centres de distribution de livrer les clients finaux de plus en plus vite. C'est aussi dans ce contexte qu'il faut placer l'initiative du SWL. Le partage des informations permettra au Luxembourg d'accélérer les procédures administratives et de réduire les saisies répétitives. Un argument de compétitivité attrayant pour le développement du Luxembourg en tant que centre de distribution et hub logistique européen !

LE LABEL « LEAN AND GREEN » : POUR UNE LOGISTIQUE DURABLE

Début 2015, le Cluster for Logistics a décerné, en collaboration avec le ministère du Développement durable et des Infrastructures, les premiers labels de développement durable Lean and Green (www.lean-green.eu) à Arthur Welter, CFL multimodal, LuxairCARGO et Post, quatre entreprises qui se sont donné un plan d'action pour diminuer leurs émissions de CO₂ d'au moins 20 % en cinq ans.



02.

Lancé en juin 2014 par le MDDI en collaboration avec le Cluster for Logistics et les pôles de compétitivité des régions belges, Logistics in Wallonia (LIW) et Vlaamse Instituut voor de Logistiek (VIL), ce programme permet de se qualifier avec un effort acceptable, sur base d'une charte volontaire à l'image du programme « Objectif CO₂ » en France (www.objectifco2.fr)

En pratique, l'activité consiste à participer à trois workshops encadrés par des experts pour apprendre les principes et calculs nécessaires à l'établissement d'un plan d'action solide. Deux sessions d'ateliers ont déjà eu lieu et ont été suivies d'une aide aux entreprises pour vérifier les modèles et s'assurer que le plan soit réaliste. Un audit externe valide l'attribution du label pour le compte du MDDI. La prochaine édition est prévue pour la fin 2016.

Le 28 juin prochain, les entreprises qui auront mené à bien le programme 2015/2016 se verront attribuer les prochains labels Lean and Green, ce qui leur permettra d'apposer le label sur leurs véhicules et de poursuivre un programme officiel de développement durable tout en diminuant leurs émissions de CO₂ et leur consommation en énergie.

LA LOGISTIQUE, IGNORÉE DU DROIT

À l'heure de la logistique 4.0, où en est le droit avec la logistique ? Le législateur ou les magistrats se sont-ils impliqués dans l'essor de la logistique au Luxembourg ? Ont-ils apporté les outils nécessaires afin de maîtriser les contours du contrat de prestations logistiques, ceux qui permettent au logisticien et à ses partenaires de prévoir les difficultés juridiques ou de les résoudre ?

De l'avis de M^e Anne Paul, avocat à la Cour de Luxembourg, et Sandrine Ville, responsable juridique du groupe Transalliance, il semble que la logistique ne bénéficie d'aucun cadre juridique propre. En règle générale, la méthode des juges confrontés à une difficulté d'exécution du contrat de prestations logistiques (par exemple une avarie survenue lors du stockage ou lors du transport) consiste à rattacher l'opération de logistique en cause à un contrat tel que celui de transport, de dépôt ou d'entreprise. La jurisprudence considère le contrat de prestations logistiques comme « réputé complexe », puisqu'il mêle diverses prestations : manutention, réception, stockage, préparation des commandes... mais elle se refuse à fédérer toutes ces opérations autour d'un contrat unique particulier.

De plus, il convient d'ajouter que les règles empruntées aux domaines voisins (transport, dépôt, bail, etc.) sont inadaptées aux singularités de la prestation logistique ; en témoigne, notamment, la réglementation du bail commercial. Cette dernière est surtout connue pour sa rigidité alors que le maître mot en logistique est au contraire la flexibilité.

Selon M^e Anne Paul et Sandrine Ville, il serait souhaitable que le législateur mette un terme à l'insécurité juridique régnante en légiférant sur la matière afin de doter le contrat de prestations logistiques d'un régime juridique propre. Les gains qui en découleraient, en termes de sécurité juridique et de compétitivité, justifient amplement que le législateur s'en donne la peine. Car le droit, lorsqu'il est utilisé à bon escient, peut se révéler un formidable et puissant levier économique. ●



Le Single Window for Logistics

La circulation des biens s'accéléralent et les contraintes en matière de sécurité devenant de plus en plus élevées, la Commission européenne modifie son cadre réglementaire et encourage la mise en place d'interfaces électroniques uniques sur les plans régional, national et européen en vue de dématérialiser et standardiser les procédures administratives et mettre en réseau les administrations. Dans cette optique, le Luxembourg développe son guichet unique, appelé Single Window for Logistics (SWL), pour faciliter le commerce international et renforcer sa compétitivité. Le SWL aura trois fonctions : il permettra aux opérateurs d'effectuer des formalités douanières en une seule démarche, de s'informer sur les exigences à l'importation et à l'exportation et autres services et un helpdesk pourra les guider grâce à une interface coordonnée.



Luxembourg à la croisée des chemins

Retrouvez les chiffres clés de la logistique au Luxembourg et en Europe dans le poster détachable en fin de magazine

L'information continue

Retrouvez toutes les informations sur www.clusterforlogistics.lu

Personnes de contact auprès du Cluster for Logistics :
Malik Zeniti, manager
Ronny Wolff, assistant.

ECONOMY DAY 2016

HOW TO ATTRACT, GROW AND RETAIN TALENTS?

The Economy Day is an annual key event and well-known meeting point in Luxembourg for public and private actors who are keen on exchanging views about a given topic, opportunity or challenge of national interest and identifying innovative ways to move forward.

Text: Lynn Zoenen and Annabelle Dullin, Economic Affairs, Chamber of Commerce
Photos: Arnaud de Villenfagne

Organised by the Ministry of Economy, PwC and Fedil, in collaboration with the Chamber of Commerce, the 10th edition of the Economy Day on 25 February 2016 saw most interesting presentations and thought-provoking discussions about Luxembourg's capacity to attract, grow and retain talents – a topic that has gained increased prominence in Luxembourg over the past years, especially since the Luxembourg economy is bringing into being more and more “knowledge driven” sectors such as high tech industries like the ICT industry, biotech, banking and business services and other sectors requiring a highly skilled workforce.

Attracting talents to Luxembourg has been one of Luxembourg's greatest strengths in the past and has helped the Grand Duchy to develop a competitive and resilient economy that is steadily looking for new ways to diversify. In this regard, Carlo Thelen, director general of the Chamber of Commerce pointed at the importance of the fundamental freedom of movement for workers within the European Union, on the one hand, and at the detrimental consequences of the re-establishment of border controls in terms of traffic jams and economic costs for companies, on the other hand. Furthermore, he sensed two trends amongst talents on the international level: firstly, a growing talent

pool as a result of the rising demand for education in developed and emerging countries, and secondly, students' and workers' ever rising degree of mobility that results from increasing interconnectivity and international mobility. In order to benefit from these developments, Luxembourg will have to work on its perception abroad, provide an attractive, clear regulatory framework for immigration and integration and foster English language skills amongst its population, especially youngsters. The Chamber of Commerce is willing to contribute its share by launching new innovative projects such as the House of Training, the House of Entrepreneurship and the Institut Supérieur de l'Économie. Turning words into action – the Chamber of Commerce is ready to address the future challenges.

SEEKING FOR THE RIGHT SET OF SKILLS

The challenges are being felt across the entire business community. According to a PwC study¹, 93% of the CEOs who were surveyed feel the need to work on their talent strategy. Interestingly, there is a greater need for motivated, flexible and well educated people who will learn to take on leadership than for a digitally educated workforce. John Parkhouse, CEO at PwC Luxembourg emphasised the importance of developing the right set of skills, espe-



01.



02.

“
One big issue
is retaining the talents
coming from abroad to
study at the Luxembourg
University.
”

cially when considering current megatrends such as the quest for transparency, changing demographics as well as technological progress. Besides the educational aspect, Luxembourg will also need to do a better job regarding the promotion of Luxembourg as a great place to live and work.

Yet, not only companies and company representatives got to feed into the discussions. Investing in 6,300 students from 110 countries, the University of Luxembourg perfectly reflects the Grand Duchy's international and multilingual profile, which belongs to its core strengths. Investing in talents was thus not only the topic of this year's Economy Day but can also be considered as the University's leitmotif. Professor Dr. Rainer Klump, president of the University of Luxembourg, proudly referred to the 1 billion euro project that is the Science City in Esch-Belval, but also to an even

more recent cooperation with the renowned Massachusetts Institute of Technology aiming at the creation of the Luxembourg Centre for Logistics. By fostering similar projects and by leaving no stone unturned regarding future investments in research and development, the University aims at becoming the European research University of the 21st century. In order to achieve this ambitious objective, Professor Dr. Klump stressed that it will be vital to adapt educational programmes to the digitalisation process. Acting and reacting fast as well as connecting theory with the practical application of theoretic results has become crucial in our fast changing environment.

LUXEMBOURG NEEDS VARIED TALENTS TO SUCCEED

An element that underpins all the aforementioned efforts and measures to adopt in order to attract, grow and retain talents in Luxembourg is the Nation Branding strategy. According to Sasha Baillie, diplomatic advisor and deputy chief of staff to the deputy prime minister and chair of the Luxembourg Nation Branding Committee, Luxembourg needs to communicate a strong, credible and coherent image abroad. This image has to correspond to reality; it must be built on the country's key strengths and core values. Having identi-

01. From left to right: François Mousel (PwC), Jonathan Chaloff (OECD), Stéphanie Damgé (Jonk Entrepreneuren Luxembourg), Étienne Schneider, deputy prime minister, Xavier Blouin (Société Générale Bank & Trust), Serge Allegrezza (Statec), Carlo Thelen (Chamber of Commerce).

02. Panel discussion, from left to right: Daniela Vincenti (EurActiv.com), Michel Beine (economist), Nico Binsfeld (House of Training), Valérie Massin (ArcelorMittal), Jonathan Chaloff (OECD) and Paul Evans (Insead Business School).

03. Sasha Baillie, Nation Branding Committee.



03.

fied three main features, namely openness, reliability and dynamism as well as the personality of the “allied”, Luxembourg has given itself this truthful image: Luxembourg is multilingual, can be trusted (recalling the high level of social protection, security and quality of life), builds bridges, listens to its partners and comes up with new innovative solutions. A major point is however, that everyone has to assume responsibility and promote these values. As such every single Luxembourg resident is a part of the Nation Branding initiative.

Stéphanie Damgé, CEO of the asbl “Jonk Entrepreneuren”, stressed the importance of informing the local youth about their possibilities on the Luxembourgish market and the usefulness of fostering an entrepreneurship culture, especially regarding high youth unemployment figures in Luxembourg and the mismatch between qualifications and requested profiles. A statement shared by Paul Evans, executive director of the Global Talent Competitiveness Index at the INSEAD Business School, who drew attention to the importance of growing own talents in Luxembourg. The country has up until now been very successful in international comparison, but for reasons other than talents, which are the prosperity drivers of the future. He furthermore worried about the trend of vocational skills going down in most countries (except in Switzerland and Germany). At the same time, ►



01.

youth unemployment could be tackled more efficiently by encouraging vocational training, as many jobs on the market do not necessarily require a university qualification. This might be another way of developing and encouraging talents and closing the gap between this mismatch, as is the importance of lifelong learning facilities in order to allow adults to easily take on different careers via cross-over paths. It is necessary to attain a balance between so-called “GK”-skilled talents (global knowledge, highly qualified) and technically/vocationally skilled talents which are just as important for a country to be competitive. Instead of sticking to old structures i.e. in the education system, governments ought to more than ever build the infrastructures around 21st century realities, which correspond to people having many different jobs in a lifetime and wanting

“Luxembourg will have to work on its perception abroad, provide an attractive, clear regulatory framework for immigration and integration and foster English language skills amongst its population, especially youngsters.”



02.

continuous education possibilities. Luxembourg should specifically focus on Luxembourg-city when speaking about talent competitiveness, as it does not appear enough in international city rankings, and work on its lifestyle and the things it has to offer as a place to live, before being attractive as a place to work.

HOW TO GROW TALENTS INSIDE THE COUNTRY

Jonathan Chaloff from the International Migration Division, directorate for Employment, Labour and Social Affairs at the OECD, mentioned that between 2000 and 2010 the percentage of highly qualified Luxembourgers living abroad rose from 13% to 23%, thus illustrating the growing difficulty to retain native talents in the country. Another big issue is retaining the talents

01. Rainer Klump, University of Luxembourg
02. John Parkhouse, PwC

coming from abroad to study at the Luxembourg University. They should be allowed to work during their studies already, be better informed about the procedures on how to find a job in Luxembourg, and above all, be facilitated in their quest to stay via a simplification of the administrative burdens including work permit issues and visa and immigration procedures. Other factors that make people stay in a country that is not their own are the job possibilities offered to their spouses, subsidised language courses and the educational possibilities offered to their children.

This last point was an important issue during the panel discussion including Paul Evans, Jonathan Chaloff, Valérie Massin, vice president at ArcelorMittal Luxembourg, Michel Beine, economist, and Nico Binsfeld, chief executive officer at the Luxembourg House of Training, where the difficulties and opportunities of the trilingual education system were discussed, as well as the need of a greater integration between Luxembourgers and foreigners. In his closing address, deputy prime minister Étienne Schneider emphasised the importance of human capital as backbone of the economy and outlined government measures in developing and attracting talents which include initiatives like Fit4Innovation, a new SME action plan, the new House of Training and facilitated procedures for residence permits and green cards.

By being a platform for analysing and reflecting on various topics around talents as a crucial indicator of a country's competitiveness, this year's Economy Day again presented the opportunity to take stock of the current economic situation and contemplate ways to boost the development of Luxembourg through the participation of a wide range of actors from the private and public sector. See you again in 2017! ●

⁽¹⁾ PwC 17th Annual Global CEO Survey: Transforming talent strategy.



Data & Reporting

for the financial industry

Fintech, since 1993.

www.kneip.com

WINNERS OF THE 2016



IFSI **FLAGSHIP**
AWARDS

SEMESTRE EUROPÉEN

QUE DIT LA COMMISSION EUROPÉENNE SUR LE LUXEMBOURG ?

Dans le cadre du semestre européen, cycle d'évaluation des politiques économiques et budgétaires des États membres, les services de la Commission européenne ont élaboré leur désormais traditionnel « rapport pays » sur le Luxembourg. Une mine d'informations, émanant d'experts manifestement inspirés et très au fait des spécificités luxembourgeoises.

Texte : Muriel Bouchet, Affaires économiques, Chambre de Commerce
Photos : Architecture et Environnement, Ketterhill

La Commission fait notamment le point sur la mise en œuvre par notre pays de ses recommandations de l'an dernier et ce dans trois domaines où « *le Luxembourg a accompli des progrès limités* », à savoir l'élargissement de la base taxable, les pensions et le système de formation des salaires. S'ajoute à ces trois accents une attention particulière portée cette année à notre marché du logement, de même qu'à la diversification économique. Nous allons brièvement passer en revue ces différents axes.

Les aspects fiscaux tout d'abord, plusieurs remarques de la Commission européenne prenant une résonance particulière dans la foulée de la présentation de la réforme fiscale par le gouvernement, le 29 février dernier. Un *satisfecit* (d'envergure) tout d'abord : « *Le Forum mondial sur la transparence et l'échange de renseignements à des fins fiscales de l'OCDE a jugé le Luxembourg 'largement conforme' en octobre 2015.* » Dans un registre plus critique, la Commission souligne que de nombreux avantages fiscaux luxembourgeois, notamment l'abattement relatif aux intérêts hypothécaires – qui devrait être rehaussé dans le cadre de la réforme annoncée le 29 février dernier – contribuent à stimuler la demande de loge-

ments, donc *in fine* les prix immobiliers en cas de rigidités sur l'offre. Dans la même perspective, les services de la Commission mettent en exergue la modicité de notre impôt foncier, qui ne représente que 0,1 % du PIB luxembourgeois contre 1,4 % pour la moyenne de l'Union européenne (UE) – soit un gisement de recettes particulièrement important, mais demeurant jusqu'à nouvel ordre inexploité. Avec une prescience certaine, la Commission a noté dans son rapport

sur le Luxembourg qu'« *il n'est pas certain que la réforme de l'imposition récurrente des biens immobiliers soit incluse dans la prochaine réforme fiscale* ».

Contrairement à l'impôt foncier, le taux marginal maximal d'imposition des personnes physiques (y compris le prélèvement « Fonds pour l'emploi ») excéderait le taux européen correspondant (43,6 % en 2015, contre 39,3 % pour la moyenne de l'UE). Pour rappel, la réforme fiscale annoncée fin



La Commission européenne salue les progrès du Luxembourg en matière de diversification économique, notamment dans les TIC, tout en soulignant la timidité des avancées dans le secteur des biotechnologies.



Les services de la Commission européenne mettent en relief une franche déconnexion au Luxembourg entre l'évolution des salaires et celle de la productivité.



février élargirait cet écart entre le Luxembourg et l'UE, puisque ce taux marginal serait porté à 45,8 % en janvier 2017. À noter enfin, des impôts directs sur les sociétés représentant quelque 4,4 % du PIB luxembourgeois en 2014, soit pratiquement le double du chiffre équivalent de l'UE (2,4 % du PIB).

Autre défi de taille pour nos finances publiques : les dépenses de pension, dopées par deux spécificités luxembourgeoises. Il s'agit en premier lieu de la grande généro-

sité de ces dernières, le taux de remplacement moyen des salaires par les pensions s'établissant actuellement à 78 % au Luxembourg, contre 46 % en moyenne dans l'Union européenne. En second lieu, le Grand-Duché n'aurait à ce jour nullement adapté l'âge effectif de départ à la retraite à l'accroissement de l'espérance de vie. Il serait même « le seul pays de l'UE où aucun nouveau relèvement de l'âge légal de la retraite et de l'âge de la retraite anticipée n'a été prévu

par la loi pour la période 2013-2060 ». Le Luxembourg est pourtant le « champion européen » en ce qui concerne la durée moyenne de la retraite pour les hommes, comme l'illustre le graphique.

Cet attentisme ne peut manquer de surprendre à l'aune de la sensible augmentation prévisible (et même déjà en partie constatée) des dépenses de pension. Même dans le meilleur des mondes démographiques possibles, ce coût passerait en effet de 9 % du PIB actuellement à 13 % en 2040 – une facture appelée à dérapier davantage encore si notre actuel dynamisme démographique devait s'estomper.

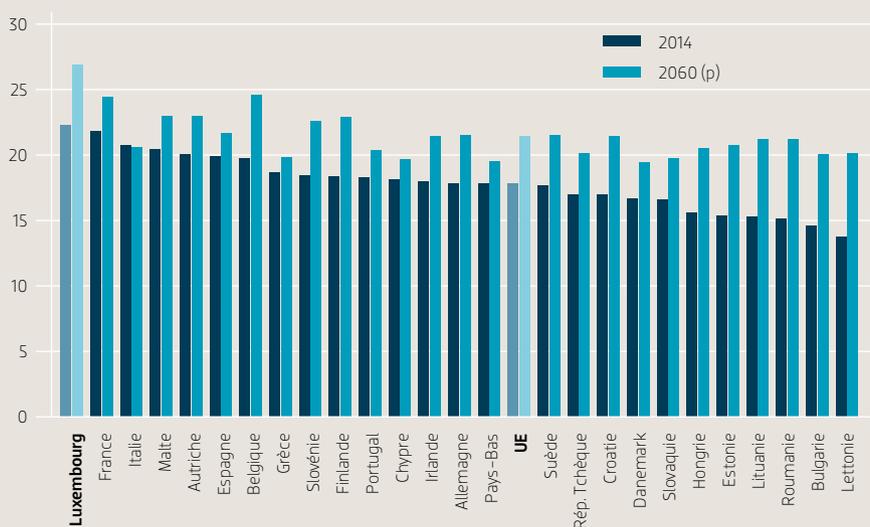
Notons au passage que si notre démographie atténuée pour l'instant les coûts du vieillissement, elle alimente dans le même temps selon la Commission une « dette cachée » sous la forme d'investissements publics accrus dans le futur, notamment dans le domaine du transport, des infrastructures de communication, de l'éducation ou encore du logement.

SITUATION EXPLOSIVE ?

La formation des salaires constitue pour le Luxembourg une autre « bombe à retardement » potentielle. Les services de la Commission se montrent particulièrement insistants dans ce domaine, en notant que « le système de fixation des salaires n'a pas été réformé en liaison avec les partenaires sociaux comme le préconisait la recommandation de ►

Durée moyenne de la retraite pour les hommes en 2014 (en années)

Source : Commission européenne, Groupe de travail sur le vieillissement démographique



“

Le Luxembourg est le ‘champion européen’ en ce qui concerne la durée moyenne de la retraite pour les hommes.

”

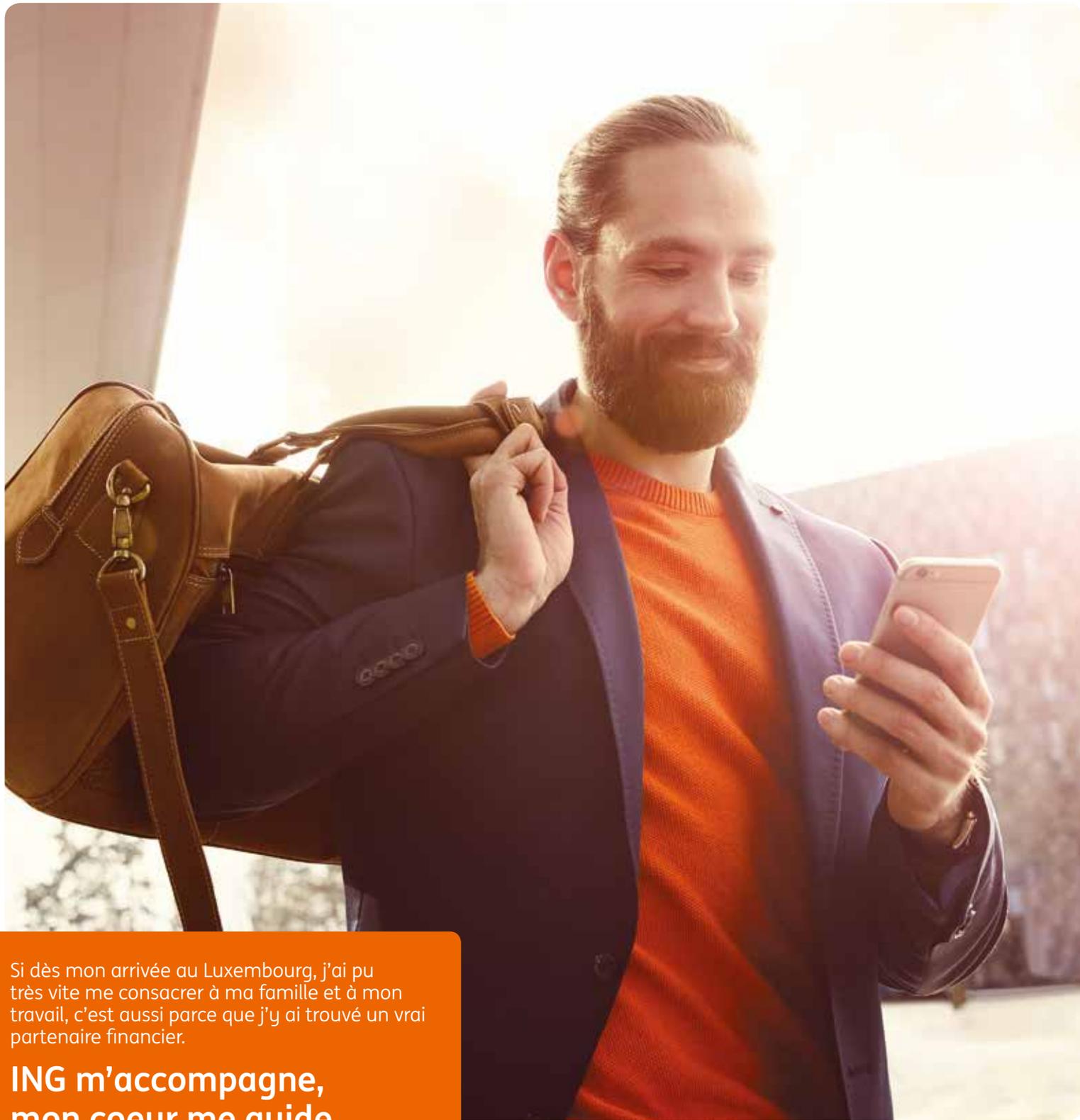


Le logement est incontestablement l'un des talons d'Achille du Luxembourg, avec des prix de l'immobilier qui s'envolent littéralement et qui sont en décrochage complet par rapport à ceux des pays limitrophes.

2015 adressée au Luxembourg » ou encore qu'« aucun progrès n'a été accompli en ce qui concerne la réforme du système de fixation des salaires afin que l'évolution des rémunérations reflète celle de la productivité ». Ces services mettent d'ailleurs en relief une franche déconnexion entre l'évolution des salaires et celle de la productivité depuis le début du siècle, se traduisant par une augmentation du coût salarial unitaire nominal de quelque 56 % au Luxembourg, contre 27 % dans la zone euro et même 14,4 % en Allemagne. Le déphasage entre la productivité et les salaires aurait été particulièrement marqué dans l'industrie manufacturière. La Commission affirme d'ailleurs qu'il est particulièrement difficile de différencier l'évolution des salaires en fonction des réalités sectorielles au Luxembourg, le mécanisme d'indexation automatique aux prix réduisant très significativement toute marge de manœuvre en la matière.

Ces deux défis centraux que constituent le financement des retraites et une formation des salaires déficitaire requièrent des réformes résolues, mais également une croissance économique soutenue ET reposant sur de substantiels gains de productivité. Or ces gains ont été particulièrement faibles au cours des années récentes. Selon les calculs européens, la productivité totale des facteurs aurait même contribué négativement à la croissance sur la période « de crise » 2008-2014.

Le binôme croissance / productivité pré-suppose des efforts substantiels en termes de diversification économique, de recherche et développement ou de création d'entreprises innovantes. Le Luxembourg se caractérise par d'importants progrès dans le domaine des technologies de l'information et de la communication – ce qui n'est pas rien. Ce secteur alimentaire en 2015 quel que 6,7 % de la valeur ajoutée brute et 4,4 % de l'emploi total. La Commission européenne souligne cependant par ailleurs le caractère encore relativement embryonnaire des biotechnologies, qui représentent actuellement moins de 0,1 % du PIB grand-ducal. Cette stagnation soulignerait la nécessité de mettre en place un environnement général (« écosystème ») plus propice à la recherche et à l'innovation, ce qui suppose notamment un financement plus performant des petites firmes innovantes, une stratégie publique plus englobante et davantage de synergies entre la recherche publique et privée. ►



Si dès mon arrivée au Luxembourg, j'ai pu très vite me consacrer à ma famille et à mon travail, c'est aussi parce que j'y ai trouvé un vrai partenaire financier.

**ING m'accompagne,
mon coeur me guide.**

Tous les projets méritent d'être réalisés.
Rendez-vous sur followyourheart.lu

ING 
Follow your heart

“ La formation des salaires constitue pour le Luxembourg une ‘bombe à retardement’ potentielle. ”

Autres défis relevés par la Commission en matière de diversification et de productivité : une formation adaptée à un marché du travail en constante évolution et une lutte résolue contre l'enlisement dans le chômage (notamment en luttant contre les « pièges de sous-emplois » fiscaux, sociaux et salariaux), une réforme de l'éducation permettant de briser le lien entre l'origine sociale et les résultats scolaires, une culture d'entreprise renforcée, des barrières régle-

mentaires allégées atténuant les rentes de situation et la pression associée sur les prix à la consommation.

DES DÉFIS CONNUS MAIS QU'IL FAUT PRENDRE À BRAS LE CORPS

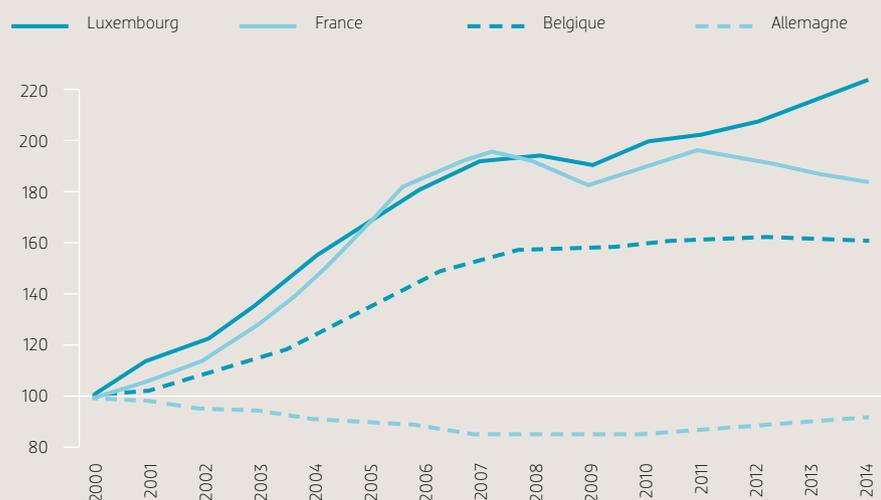
Qui dit croissance économique élevée dit lutte contre ce goulet d'étranglement que constitue le logement – un autre problème récurrent du Luxembourg, particulièrement

mis en évidence par la Commission cette année. Comme le montre le graphique, même exprimés en termes réels (ce qui revient à dire que seule la progression au-delà de l'inflation est prise en compte), les prix immobiliers luxembourgeois sont littéralement en lévitation. C'est le cas non seulement dans l'absolu, mais par rapport à l'ensemble des pays limitrophes. Le contraste avec l'Allemagne est particulièrement interpellant, surtout au sein de l'union monétaire : depuis 2000, les prix immobiliers réels ont doublé au Luxembourg. Au cours de la même période, les prix correspondants ont reculé de près de 10 % outre-Moselle.

Cette augmentation significative des prix reflète un déséquilibre structurel entre l'offre et la demande de logements, la réduction tendancielle de la taille des foyers, la sous-occupation (voire l'inoccupation dans nombre de cas...) de 60 % des logements existants, divers obstacles administratifs (délais pour les permis de bâtir, études d'impact passablement lourdes, etc.), mais également des politiques publiques favorisant largement la propriété. La relative inefficacité des aides fiscales au logement est pourtant soulignée par les services de la Commission, qui estiment que ces aides seraient purement et simplement « capitalisées dans le prix des logements ». Avec à la clé un avantage pratiquement nul en termes d'accès au logement, et ce en dépit d'un coût budgétaire colossal. Une équation assurément perfectible... ●

Prix réels de l'immobilier (indice 2000=100)

Source : Commission européenne





AFFIRMEZ VOTRE STYLE !



plan K

Vos lunettes ne sont pas seulement des accessoires. Nos opticiens diplômés le savent et mettent leur savoir-faire à votre service. Chez nous, la paire de lunettes idéale est celle qui est adaptée à votre vue et à votre personnalité. Nous vous proposons des modèles exclusifs et des conseils sur mesure.



83, Grand-Rue
L-1661 Luxembourg centre
Tél.: 46 44 50 - 10

6-8, rue Origer
L-2269 Luxembourg gare
Tél.: 46 44 50 - 20

4, rue Joseph Felten
L-1508 Howald
Tél.: 46 44 50 - 30

86, rue de Tétange
L-3672 Kayl
Tél.: 46 44 50 - 40

7, pl. Gr-D. Charlotte
L-3710 Rumelange
Tél.: 46 44 50 - 50

OECD

“THE FUTURE OF PRODUCTIVITY”

Productivity, i.e. the ability of an economy to optimise socio-economic output with a given set of production factors, maximising the impact of labour and capital, has become a core concern to governments of all knowledge-driven economies and is seen as the competitiveness factor of the future.

Text: Stéphanie Musialski and Annabelle Dullin, Economic Affairs, Chamber of Commerce

Productivity is an indicator tightly correlated with the standard of living of the people of a country and as such, the long-term evolution of productivity is an important gauge of the evolution of the living standard in a country and its socio-economic dynamism. It enhances the endogenous growth potentials in countries, improving productivity and competitiveness of their economies.

The OECD has recently published a new article dedicated to the future of productivity.⁽¹⁾ A persisting slowdown of productivity has been observed in many OECD countries since even before the crisis and has sparked widespread debate about whether this slowdown is temporary or permanent. Based on new economic analysis of 21 OECD

countries (Luxembourg excluded), the OECD sheds important insights on not only the nature of this slowdown, but also on its consequences from a policy perspective. The Chamber of Commerce believes there is a lot to learn from this publication on a Luxembourg level, where productivity has stagnated over the past decade.

A BREAKDOWN OF THE “DIFFUSION MACHINE”

Productivity reflects countries' ability to produce more output by better combining inputs, owing to new ideas, technological innovations and business models.

The Future of Productivity illustrates that the major factor underlying the producti-

vity slowdown is not so much a deceleration of innovation by the most globally advanced firms, but rather a diminishing pace at which innovations spread throughout the economy: what the OECD describes as a breakdown of the “diffusion machine”. Indeed, the productivity growth of the globally most productive firms has remained robust recently, but the gap between those high productivity firms and others has amplified. Interestingly, high productivity firms' growth has remained robust since 2004, when aggregate productivity in advanced economies, for instance in the United States, began to slow down.

WHICH ARE THE “HIGH PRODUCTIVITY FIRMS”?

According to the OECD, there are three types of firms: (1) the globally most productive firms, also known as “global frontier firms” which account for a majority of productivity variations worldwide, (2) the most advanced firms nationally, whose output is too small at the global level to influence productivity changes worldwide however, and (3) laggard firms.

Overall, a productivity gap is observed between global frontier firms and other firms (see figure 1), and the OECD attributes the formers' relative strength to their capacity to innovate and to optimally combine

Figure 1: Robust growth at the global productivity frontier

(Labour productivity levels; average annual growth rates; index 2001 = 0)

Source: Andrews, Criscuolo and Gal (2015), *Frontier Firms, Technology Diffusion and Public Policy: Micro evidence from OECD countries*, OECD Mimeo.



Global frontier firms have become relatively more productive over the 2000s, expanding at an annual rate of 3.5% in the manufacturing sector, compared to an average growth in labour productivity of just 0.5% for non-frontier firms. “Frontier firms” corresponds to the average labour productivity of the 100 globally most productive firms in each 2-digit sector in ORBIS. “Non-frontier firms” is the average of all other firms. “All firms” is the total sector from the OECD STAN database.

technological, organisational and human capital in production processes throughout global value chains (GVCs, of which Luxembourg is part) – even though the OECD also observes that firms at the frontier have become older, which may entail a decrease in the arrival of radical innovations and thus in productivity growth.

More importantly, the rising gap in productivity growth observed by the OECD suggests that the capacity of other firms to learn from frontier firms, first by the most advanced ones nationally and then by laggards, may have diminished. It also raises questions about the rise of tacit knowledge as a source of competitive advantage for global frontier firms.

HOW CAN POLICY MAKERS SUSTAIN PRODUCTIVITY GROWTH?

The Future of Productivity reviews three crucial areas which enhance productivity. The first one is innovation, which requires significantly more public investment in basic research to support the continued emergence of breakthrough innovations. In order to push the global innovation frontier, countries should share the costs but also the risks of research through stronger collaboration, thus enabling experimentation and allowing failures, which should be seen as opportunities to learn and rebound. Second, policy fra-

meworks should support basic research and experimentation but also foster the transmission of frontier firms' knowledge to others and an efficient allocation of scarce resources.

Furthermore, a tighter collaboration between firms and universities is needed to allow especially smaller firms to benefit from university connections and to provide them with access to research labs, knowledge and human talent. Also, R&D tax incentives should be equally accessible and beneficial to young firms and start-ups. And public investments in education and lifelong learning are crucial to ensure that people have the possibility to learn new skills and adapt to new technologies and economic sectors. Third, in order to maximise knowledge diffusion, the reduction of skill mismatch with the economy's needs is crucial, as are policies that lift impediments to labour mobility. It is important to implement framework policies that reduce barriers for firms to enter and exit the market and thus allow a better matching between workers' skills and the needs of the labour market. Especially young firms need to have rapid access to qualified human resources in order to grow rapidly.

STILL ONE OF THE MOST COMPETITIVE COUNTRIES IN THE WORLD

These recommendations are especially interesting for Luxembourg, where the

OECD has already 'diagnosed' that potential output growth has slowed significantly in recent years, reflecting rising structural unemployment and a declining trend in productivity growth.⁽²⁾

Other institutions like the World Economic Forum, the Institute for Management Development or the INSEAD Business School have recently pointed out that spending on R&D is comparatively low and falling (see figure 2), although public R&D spending has been boosted. At the same time the level of public support for research remains weak in international comparison. The secondary education system is hampered by high repetition rates of students; female labour force participation, although it increased, is still low. Enterprise clusters do not yet fully exploit potential benefits from cooperation between enterprises and research institutions.

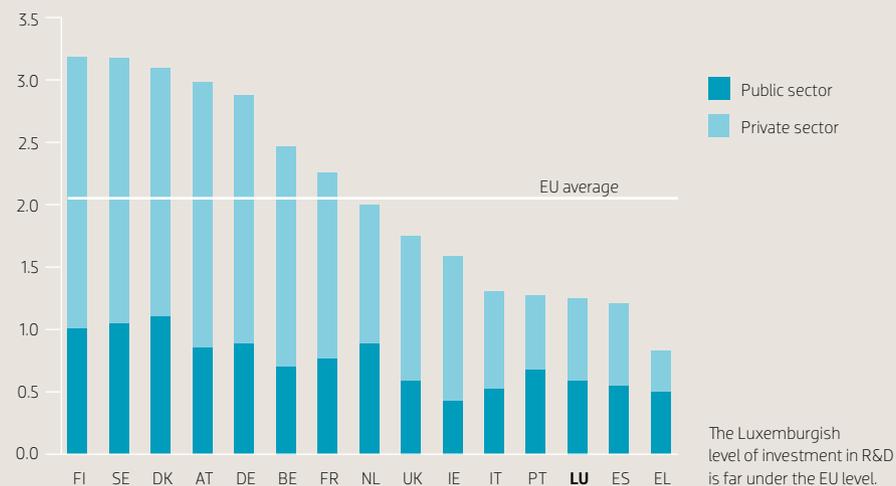
The debate around productivity growth is vivid in Luxembourg. The think tank IDEA has recently proposed different measures to re-establish the link between productivity and salaries⁽³⁾, the Chamber of Commerce has co-organised different events linked to the subject, like the Luxembourg-German "Wirtschaftskonferenz" as regards energy efficiency and the "Economy day 2016" around the crucial issue which is how to attract, grow and retain talents in Luxembourg (read pages 58 to 60). As the Luxembourg University aims at becoming the European research University of the 21st century, it will be vital to adapt educational programmes to the ongoing digitalisation process and favour lifelong learning programmes.

After years of stagnating productivity, the time has more than come to look at the real potential of Luxembourgish firms and workforce and take measures to release it, if Luxembourg wants to enhance its competitiveness on the international stage. ●

Figure 2: R&D spendings

(percentage of GDP)

Source: Banque nationale de Belgique, *Rapport 2015. Évolution économique et financière*, February 2016.



⁽¹⁾ OECD, 2015. *The Future of Productivity*, Paris.

⁽²⁾ OECD, *Economic Surveys, Luxembourg*, March 2015. <http://www.oecd.org/eco/surveys/Luxembourg-2015-overview.pdf>

⁽³⁾ Fondation IDEA, *Inflation, index et productivité: un possible ménage à trois ?*, February 2016. <http://www.fondation-idea.lu>

LES MARCHÉS GERMANOPHONES ET LE LUXEMBOURG

L'ÉCONOMIE LUXEMBOURGEOISE VUE PAR LES PROFESSIONNELS GERMANOPHONES

Deloitte vient de publier la troisième édition de son étude sur les relations entre les marchés germanophones et le Luxembourg : *Der deutschsprachige Markt in Luxemburg – Nachgefragt*¹, dans laquelle la Chambre de Commerce apporte un éclairage par l'intermédiaire d'une contribution de la secrétaire générale de son Business Club Luxembourg, Cindy Tereba, et d'une interview de son directeur général, Carlo Thelen.

Texte : Annabelle Dullin, Affaires économiques, Chambre de Commerce

Photos : Pierre Guersing

Les relations entre le Luxembourg et l'Allemagne sont étroites et intenses, qu'elles soient d'ordre politique, économique ou culturel. L'Allemagne est le plus important partenaire commercial du Grand-Duché et la première destination pour les exportations luxembourgeoises (27,8 % de l'ensemble des exportations, soit 2,99 milliards d'euros en 2015), notamment dans le secteur automobile. 393 entreprises sous gestion allemande étaient recensées au Luxembourg en 2015 (troisième position après les entreprises belges et françaises).

L'étude s'intéresse également aux échanges entre le Luxembourg et d'autres nations germanophones, comme la Suisse et

l'Autriche. Ainsi, dans le secteur financier, la présence de banques germanophones est significative : sur 143 banques, 26 étaient des filiales allemandes et 15 étaient suisses en 2015. Dans le domaine des fonds d'investissement, les promoteurs allemands et suisses se placent en troisième et quatrième positions en termes d'importance derrière les États-Unis et le Royaume-Uni, avec respectivement 14,9 % et 14,1 % d'actifs nets gérés.

En donnant la voix, via de nombreuses interviews, à des professionnels germanophones actifs dans des secteurs tels que la finance, le commerce et l'industrie, les biotechnologies ou encore le secteur des TIC, Deloitte fait le tour des points forts, des ten-

dances et des défis de la Place luxembourgeoise, tels que vus par ces acteurs.

GRAND-DUCHÉ, ATOUTS DE TAILLE

Selon ces derniers, le Luxembourg présente nombre d'autres attraits que les avantages largement reconnus que sont notamment sa situation géographique centrale, le multilinguisme de sa population, la stabilité juridique et fiscale et la paix sociale. Les courtes distances entre l'aéroport et les entrepôts constituent un intérêt de taille pour les acteurs des secteurs logistique et pharmaceutique par exemple, qui font que de nombreuses entreprises voient le Luxembourg comme une porte d'entrée sur le marché européen. En outre, le Luxembourg continue à être l'*onshore-hub* de l'Union européenne dans le secteur financier pour ce qui est de la gestion de patrimoine, les fonds d'investissement, le *private equity* et le secteur des assurances notamment, et ce grâce au fait que le pays s'adapte rapidement aux changements réglementaires imposés par l'Europe, entre autres, et qu'il fait preuve d'une certaine volonté d'être un *first mover*.

La *corporate governance* joue aussi un rôle toujours plus important pour attirer des entreprises étrangères, tout comme la *corporate social responsibility*.²

DIGITALISATION, INDUSTRIE ET R & D : LES SYNERGIES DU FUTUR

La digitalisation de l'industrie constituant un défi majeur dans tous les pays d'Europe, elle est l'un des projets-clés de la stratégie concernant les hautes technologies des gou-



Organisée chaque année à la Chambre de Commerce, la Deutsch-Luxemburgische Wirtschaftskonferenz témoigne des relations économiques et commerciales intenses entre le Luxembourg et l'Allemagne.

“

Le Luxembourg fait preuve d'une certaine volonté d'être un *first mover*.

”

vernements allemand et luxembourgeois. En encourageant la révolution numérique des industries, cette stratégie vise à favoriser l'intégration des technologies de l'information dans les processus de production et à ainsi renforcer ce secteur, qui contribue à 6,3 % de la valeur ajoutée brute au Luxembourg et à 22,3 % en Allemagne. Le gouvernement luxembourgeois mise sur une politique de diversification et des niches de spécialisation telles que les centres de données informatiques, et plus largement sur les produits de très haute qualité comme les technologies de l'industrie satellite, des produits sidérurgiques spécifiques ou encore des composants automobiles, pour n'en citer que quelques-uns.

Les entreprises germanophones apprécient également la proximité avec les décideurs politiques, l'importance croissante des partenariats publics-privés, les nombreux programmes d'appui aux projets de R & D notamment dans les domaines des bio- et écotecnologies, où des synergies sont établies avec des universités allemandes et autrichiennes, et la volonté affichée d'encourager les start-up avec le soutien des nombreux clusters au Luxembourg. ●



⁽¹⁾ La publication complète est disponible sous : www2.deloitte.com/lu/en/pages/international-markets/articles/deutschsprachige-markt-luxemburg-2016.html

⁽²⁾ Environ 40.000 employés (15 % des employés du secteur privé) travaillent aujourd'hui dans des entreprises labellisées « entreprise socialement responsable » par l'Institut national pour le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises (INDR), label qui vise à promouvoir les aspects égalité des chances, gouvernance et environnement.

CAR INDUSTRY

DATA TO BECOME NEW PROFIT CENTRE FOR CAR MAKERS

With all cars expected to be connected by 2025, car makers will begin to battle over ownership of in-car behavioural data.

Text: Andreas Gissler / The Daily Telegraph / The Interview People

Photo: Wavebreak Media LTD / The Interview People

New cars have become far more than just a means of getting from A to B thanks to the connectivity that is being built into them. With more and more of these connected cars having embedded sensors and communication capabilities, it is allowing car makers to design new services built around the ability of the car to interact with other vehicles and the surrounding infrastructure.

But this connectivity and the related services are starting to pit traditional car makers against non-traditional industry players, including many who create in-car services (such as Apple's CarPlay which features Siri voice control), as they seek to gain ownership of the data that is being created.

Cars already produce more data than any other piece of consumer equipment and will produce even more of it in the future. Data could include anything from in-car phone usage, to all the locations you navigate to, or choice of petrol stations. Car-specific data-points could be fuel or oil levels and type, through to parts performance and potential failures. Auto companies are beginning to see some of their technology partners showing an interest in making the car a natural extension of their 'connected life' strategies. Everyone from Apple to Google and Uber has

thrown their hat in with cars. And what they all want is the data.

BUILDING BLOCK FOR NEW REVENUE STREAMS

The vast amounts of data that the connected car produces is only increasing and by generating analytic-driven insights, new revenue streams can and will emerge. There are already embryonic moves in this direction, particularly from some of the luxury car brands. However, the ability to turn data from car users into revenue is still in its infancy. An even bigger hurdle at the moment is that this year only 35 per cent of new cars will come with inbuilt connectivity. But that's changing rapidly.

Research conducted by Accenture estimates that connectivity will rise to 98 per cent by 2020 and five years after that all new cars will be connected. There are three dimensions to data: variety of the source of data, such as video input or feeds from sensors; volume, which will increase rapidly in line with connectivity; and lastly, velocity of processing, where data flows range from real-time to periodic.

Connectivity is turning data into a pot of gold for car makers. Accenture calculates

that connectivity and the associated data access could be worth nearly £4,000 in extra revenues for car makers over a vehicle's lifespan.

The three main sources of revenue from connectivity are likely to be up-selling to vehicles with additional services at 22 per cent, cross-selling new, connectivity enabled services at 21 per cent and 19 per cent from data monetization.

GETTING TO KNOW THE DRIVER

The most valuable source of insights for car makers is data about how their products are used. Car companies will be able to identify trends by aggregating location and usage data from many users, as well as individual drivers. Such data could complement, and in some cases, replace traditional market research, ultimately leading to better designed cars, but it's important that car manufacturers implement "privacy by design", ensuring that any data stored in or collected from the vehicle is protected.

But there's more. This data will be of great interest to third parties, who will pay car makers a fee to access it. This can range from selling insurance products priced around a user's driving behaviours (if they



“
Connectivity will rise to 98 per cent by 2020 and five years after all new cars will be connected.
”

agree, possibly in exchange for an incentive) through to generating insights for retailers over the best locations for new stores.

Given that cars are all about mobility, location-based data and services are particularly sought after. For example, a group of German car makers, including Audi, BMW and Daimler, recently acquired Nokia-owned Here, a mapping services company, to give them independent capability in the area of driverless cars. This

could be used to help drivers to be guided to nearby restaurants, parking places, hotels or other locations of their choice.

Car makers will increasingly link up with other brands to build an ecosystem that enables personalized deals or context-relevant offers to be shared with drivers as a service, presented seamlessly through the vehicle on behalf of ecosystem partners.

One growth area is expected to be concierge-type services, and already cars can be used instead of cards to make payments. Obviously, this is an exciting opportunity for car makers. The danger, however, is that they could be overtaken by non-traditional players, such as tech giants. These companies already run their businesses based on data insights and produce rapid prototyping and product releases. Car companies will not be able to duplicate this capability alone. But, rather, they will need to work with ecosystem partners, such as tech companies, network providers, and others with the expertise necessary to satisfy consumer

demand and their evolving expectations and privacy and security needs.

They also will need to pursue the ownership of key connected vehicle data to create new third-party, fee-based services that will help them retain leadership in the coveted connected-vehicle market and increase profitability.

3 SILICON VALLEY NEWCOMERS

Apple: The Apple car will reportedly be fully electric with in-car connectivity like the CarPlay system. It should also be capable of autonomous driving.

Google: Google's self-driving cars, which use a LIDAR system to navigate, had driven over 1 million miles as of June 2015.

Uber: Its new robotics centre called the Advanced Technologies Center in Pittsburgh reportedly poached a number of researchers from the nearby Carnegie Mellon University, which specializes in autonomous robotics research. ●

LE CHIFFRE DU MOIS



PLUS D'ÉCHANGES AVEC LE GRAND FRÈRE AMÉRICAIN

Une activité commerciale bilatérale intensive existe déjà entre le Luxembourg et les États-Unis. Le TTIP ne peut que renforcer ces échanges, selon les experts du World Trade Institute.

Illustration : Fargo

Les États-Unis ne sont pas « un partenaire stratégique » du Luxembourg parmi d'autres. Il s'agit du premier partenaire commercial non européen du Grand-Duché : en 2014/2015, plus d'un quart des services et une même proportion de biens luxembourgeois, exportés vers les marchés hors Europe, sont partis vers les États-Unis. Près de 60 % des importations de services ainsi que 70 % des importations de biens extra-européennes étaient, quant à elles, d'origine américaine.

En dépit de cet excellent partenariat qui remonte aux années d'après-guerre, le TTIP n'a pas tardé à diviser les esprits au Luxembourg. Saura-t-il finalement apporter les bénéfices économiques escomptés ? Le World Trade Institute, qui vient de publier une étude intitulée *TTIP and the EU Member States*, en est convaincu. Si les négociateurs parviennent à conclure l'accord en 2016, le Grand-Duché pourrait, à partir de 2030 (une fois que tous les effets du TTIP se seraient réalisés), engranger une croissance économique supplémentaire de 0,7%. Autrement dit, le niveau de PIB serait, de manière permanente, 0,7% plus élevé que sans le TTIP. ●



René Winkin
Directeur,
Fedil

LE TTIP, PARLONS-EN !

Près de trois ans après le lancement des négociations d'un Partenariat transatlantique de commerce et d'investissement en juillet 2013, le World Trade Institute estime que le TTIP devrait apporter une augmentation permanente du PIB luxembourgeois de 0,7%, une hausse des exportations vers les États-Unis de 10% ainsi qu'une baisse des prix à la consommation de 0,2%. Compte tenu de la forte relation économique avec les États-Unis (faut-il rappeler que 13.000 emplois au Luxembourg proviennent de sociétés américaines actives au Grand-Duché?), il est essentiel qu'un réel effort d'information et une mise en débat approfondie du TTIP soient engagés. Non seulement au niveau politique, mais également par la société civile, afin de dégager, suivant une approche rigoureuse basée sur les faits, les véritables enjeux et les avantages, mais aussi répondre aux inquiétudes que suscitent les négociations entre les États-Unis et l'Union européenne. ●



Maurice Leonard,
Founder and CEO,
Wood Optic Diffusion

UNE AUBAINE POUR LE GRAND-DUCHÉ

Un gain potentiel de 0,7% de PIB découlant du TTIP pour le Luxembourg est tout à fait réaliste par rapport au gain potentiel de croissance des autres pays européens. Cela positionnerait le Luxembourg dans le peloton de tête au niveau performance. Il est évident que pour un pays de la taille du nôtre, faciliter les échanges avec une nation de l'envergure des États-Unis est une sérieuse aubaine. En ce qui concerne Gold & Wood, le marché américain est notre premier marché et dans le contexte économique mondial actuel, cela reste pour nous le marché le plus porteur de croissance. Malgré une année d'élections qui comme toujours ralentit le business, les États-Unis restent un moteur économique de premier ordre alors que les pays émergents Bric (Brésil, Russie, Inde, Chine), et Civets (Colombie, Indonésie, Vietnam, Égypte, Turquie, Afrique du Sud), qui avaient assuré une certaine croissance ces dernières années, sont à la traîne. ●

ÉTUDE ET RÉALISATION DE TOUS TRAVAUX DE COMPARTIMENTAGE COUPE-FEU.



UN SAVOIR FAIRE ET UN FAIRE SAVOIR
NOUS SOMMES VOTRE PARTENAIRE

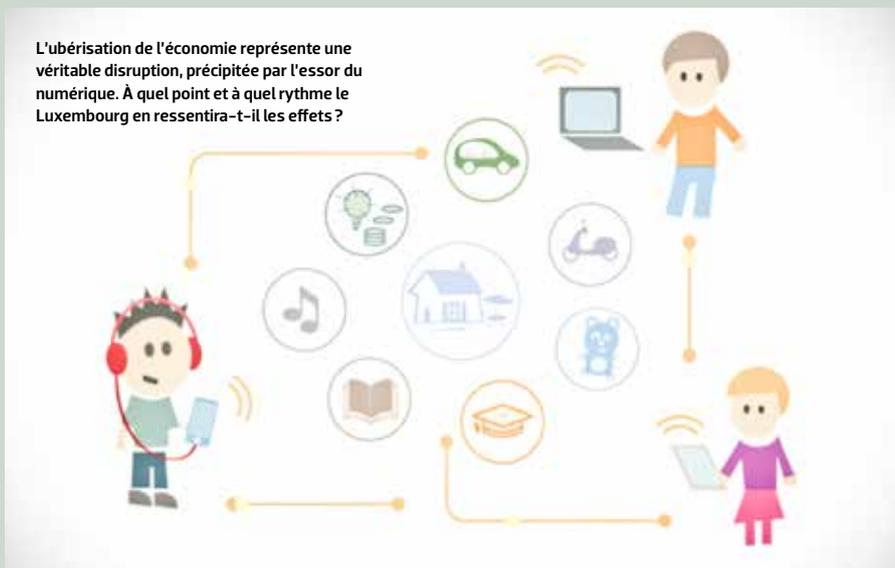
PFP - Protection Feu pro 10, rue Robert Krieps L-4702 Pétange T 26 50 19 23 www.pfp.lu

AVIS ANNUEL 2016

QUELQUES DOUTES SUBSISTENT

Une nouvelle fois, IDEA offre une analyse originale de la situation conjoncturelle nationale et internationale dans son Avis annuel. Elle explore aussi « 5 risques » qui menacent l'allant luxembourgeois. Enfin, actualité oblige, un éclairage thématique sur la réforme fiscale est proposé et même assorti d'un plan fiscal IDEA(L ?).

Texte : Sarah Mellouet, Fondation IDEA asbl
Illustration : Aurélien Mayer



De la circonspection de la Réserve fédérale américaine au surplace japonais, de la danse funèbre brésilienne à « l'éclatant » renouveau indien, d'une revitalisation contrastée et conditionnelle de la zone euro (trio infernal susceptible de précipiter le désASTRE) à une Allemagne excédée (budget, balance courante, migrants, etc.), une Belgique retournée (attentats, virage fiscal, etc.) et une France engluée (chômage, déficit, réforme du Code du travail, etc.), le doute plane sur l'évolution de l'économie mondiale, conforté par les récentes inquiétudes du Fonds monétaire international (FMI), sans confiner au fatalisme.

Dans cette grisaille conjoncturelle, le Luxembourg affiche une santé de fer (croissance robuste, excédent budgétaire, marché du travail bien orienté, etc.) à défaut d'un moral d'acier. Mais, comme toute économie très ouverte, le Grand-Duché est particulièrement sensible aux soubresauts conjoncturels et aux chocs « importés », difficilement prévisibles et absorbables. IDEA propose donc un « Club des 5 » risques qui pourraient gripper la belle mécanique luxembourgeoise :

- Les risques géopolitiques : la menace terroriste, la riposte russe aux sanctions européennes, le Schengxit / Brexit & co affecteraient l'europhile Grand-Duché.
- Les risques économiques : un Grexit, un éventuel dérapage des finances publiques ou encore la perspective d'une nouvelle

crise mondiale menaceraient à plus ou moins long terme l'économie luxembourgeoise.

- Les risques technologiques : l'ubérisation du marché du travail et le caractère concurrent ou complémentaire des fin-tech et de la place financière sont autant de problématiques à résoudre pour assurer la pérennité du succès luxembourgeois.
- Les risques réglementaires : l'adaptation aux nouvelles règles du jeu économique mondial pour le Luxembourg (BEPS, ACCIS, Country-by-Country Reporting), la mise en place d'un *level playing field*, la coopération, l'harmonisation, la convergence doivent être anticipées pour en absorber le coût sans heurts.
- Les risques sociaux et sociétaux : du système de protection sociale au fonctionnement du marché du travail, les perspectives de mutation sociale et sociétale sont multiples et pourraient menacer le(s) modèle(s) luxembourgeois si elles ne sont pas préparées et digérées.

PLAN FISCAL IDEA(L)

Dans ce contexte aussi stimulant qu'éprouvant, le gouvernement a présenté le 29 février 2016 « sa » réforme fiscale, davantage détaillée dans le discours sur l'état de la Nation, qui entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2017. « Équité, durabilité et compétitivité » en sont les maîtres mots. Après analyse des change-

ments majeurs, IDEA considère qu'ils permettent des contributions modestes à l'atteinte des trois objectifs et propose un plan fiscal IDEA(L) qui « pourrait » constituer non pas une alternative au projet envisagé par les autorités, mais son « complément avec valeur ajoutée ». Ses principales lignes directrices, qui reposent avant tout sur les forces de l'économie luxembourgeoise, sont d'atténuer les facteurs de complexité inutiles du système fiscal actuel, de le rendre plus équitable et (davantage encore) favorable à l'activité et à la diversification. Les mesures proposées ont été déclinées au sein de ces trois piliers fiscaux que sont l'impôt sur les sociétés, l'impôt foncier et l'impôt sur les personnes physiques : de l'exonération d'IRC pour certaines entreprises à l'augmentation des recettes tirées de l'impôt foncier pour finir par la chasse aux niches (réforme du Bëllegen Akt, absence d'augmentation des intérêts débiteurs du prêt hypothécaire, suppression de la déductibilité des cotisations d'épargne logement, conditionnement de l'abattement extra-professionnel au niveau des revenus) et par une meilleure taxation et allocation du capital, IDEA a su se montrer inventive. Aux personnes intéressées de compléter les propositions pour enrichir la discussion. ●

L'information continue

Pour lire l'avis annuel intégral, consulter :
www.fondation-idea.lu



Parce qu'un prêt hypothécaire peut vite devenir un cauchemar...



...optez pour la sérénité du taux fixe.

w&w wüstenrot
Épargne Logement & Financement

Ne vous embarquez pas dans des eaux troubles, faites plutôt confiance à un spécialiste tel que Wüstenrot pour votre épargne-logement à taux fixe. Vous profiterez non seulement d'avantages fiscaux mais aussi de conseils en matière d'aides au logement.

Plus d'infos sur www.wuestenrot.lu

Nos partenaires à Luxembourg :



d'Assurance / **nei erfannen**

**Cet espace de 228 cm²
cache des milliers de m²**

PAPERJAM IMMO

Maintenant, retrouvez plus de 18.000 annonces immobilières
sur paperjam.lu/services/immo

En collaboration avec atHome.lu, n°1 de l'immobilier au Luxembourg

DIAGNOSTIC

À VOTRE SANTÉ!

Ces dernières semaines, IDEA s'est intéressée au thème de la santé... sous un angle économique, naturellement, mais pas exclusivement. En parallèle de publications existantes et à venir, voici quelques premières constatations et réflexions.

Texte : Sarah Mellouet, Fondation IDEA asbl

Lors du Forum sécurité-santé du 24 mars dernier, IDEA est intervenue sur l'évolution des accidents professionnels, établissant par exemple un lien entre les changements structurels du marché du travail et la hausse significative des accidents de trajets (+280 % sur la période 1985-2014), mais aussi sur les coûts induits pour les entreprises - coûts économiques avec les cotisations payées à l'Association d'assurance accident (AAA), organisationnels, coûts de productivité liés à l'absentéisme et à la désorganisation du service, coûts de remplacement, etc. - avec une facture globale estimée entre 1,4 % et 2,6 % du PIB national. Il faut y ajouter les coûts supportés par les salariés (financiers, sanitaires et psychologiques) et par les pouvoirs publics (budgétaires et administratifs). Si certains de ces coûts sont manifestes, d'autres sont sous-estimés, voire escamotés. Ce sont ceux-là qu'IDEA a tenté d'identifier dans le but d'émettre certaines recommandations inspirées de *best practices* étrangères comme d'initiatives locales.

Qui dit accident dit soin. Pour soigner, il faut des soignants. Cela semble aller de soi. Mais qu'en est-il lorsque les praticiens ne

peuvent pas être formés localement ? IDEA s'est interrogée sur la pertinence d'une *medical school* (MS) à la luxembourgeoise, qui serait une version allégée d'une faculté de médecine. S'il s'agit d'un énième serpent de mer grand-ducal, IDEA a tenté de dépoussiérer le débat en l'étayant de précédents étrangers, mais également en donnant la parole aux principaux intéressés : les aspirants médecins de l'Association luxembourgeoise des étudiants en médecine (Alem).

Actuellement, seule la première année de médecine est dispensée à l'Université du Luxembourg, ce qui n'est même pas le cas de la pharmacie. Or l'Alem a constaté que « *de nombreux élèves, voulant commencer des études en médecine, font face à des systèmes étrangers de plus en plus restrictifs* ».

Une MS amoindrirait la dépendance du Luxembourg aux institutions supérieures étrangères et aux législations nationales encadrant l'accès aux études. Elle permettrait également de former des médecins plus en phase avec les réalités nationales. Pour l'Alem, au sein de la MS, « *les étudiants apprendraient leurs matières dans nos différentes langues courantes (allemand, français et anglais) et devraient*

même effectuer des stages cliniques obligatoires à l'étranger jusqu'à une durée totale de 12 mois. Ainsi, les connaissances des spécificités et de l'identité nationales resteraient protégées, mais les étudiants connaîtraient aussi des systèmes et idées étrangers. » Enfin, l'existence d'une formation nationale permettrait d'améliorer la diffusion des innovations et des connaissances médicales. Le tout au bénéfice de la santé des patients.

D'OU VIENDRONT LES MÉDECINS DE DEMAIN ?

Outre ces considérations éducatives et sanitaires, IDEA s'est penchée sur les retombées socio-économiques potentielles du projet. Les exemples internationaux de Leyde, Lübeck ou encore Oldenburg-Groningue montrent qu'un euro de coût d'une MS (ou d'entités similaires) génère entre 2 et 3 euros de valeur ajoutée supplémentaire. Sans compter que l'État en retirerait des recettes additionnelles, ce qui viendrait amoindrir la charge budgétaire.

Une évaluation globale du projet de MS serait à conduire, intégrant une formation efficace des médecins et pharmaciens, des impératifs médicaux tels que l'avenir de la gériatrie ou encore le rôle croissant (futur) des soins ambulatoires. Sans oublier l'effet d'entraînement d'une MS en termes de recherche et de diversification économique, notamment dans le domaine des technologies de la santé. Enfin, la dimension internationale doit être considérée, comme le montre l'exemple d'Oldenburg (Allemagne) - Groningue (Pays-Bas).

Moins onéreuse qu'une faculté, une MS bien intégrée dans un écosystème porteur (unités de recherche, entreprises innovantes, corps médical) pourrait induire des retombées favorables sur l'ensemble de l'économie luxembourgeoise, la santé n'étant, de toute évidence, pas seulement une contrainte budgétaire, mais également une niche de diversification prometteuse, un garant du bien-être et un moteur d'innovation et d'emploi. ●

Une medical school luxembourgeoise aurait l'avantage de former des médecins connectés au terrain de leur pays tout en étant en contact, par des stages et des échanges universitaires, avec les systèmes et idées de pays étrangers.



BERLITZ TOTAL IMMERSION®

Réalisez rapidement votre objectif d'apprendre une langue selon vos besoins avec nos formules de Total Immersion®

4 programmes de différentes langues, adaptés à votre disponibilité et à vos objectifs.

Réservez avant le 30 juin et économisez **20%***



Vous visez l'excellence au Luxembourg ? Apprenez les langues avec Berlitz !

Nous vous confions, vous ou vos employés, à un formateur, qui personnalise les cours en fonction de vos besoins individuels. Vous pensez et parlez dans la langue cible et progressez rapidement dans la réalisation de vos objectifs. Choisissez une de nos formules individuelles d'apprentissage intensif en fonction de votre disponibilité et de vos objectifs, et soyez assurés d'être sur la bonne voie pour apprendre les langues !



www.berlitz.lu/excellence



© Berlitz Language and Business Training S.à.r.l. 2016, Photo: Halfpoint/Shutterstock, *Termes et conditions: www.berlitz.lu/excellence

EXECUTIVE LANE

PREMIUM LIMOUSINE SERVICES

UNE NOUVELLE DIMENSION POUR VOS DÉPLACEMENTS PERSONNALISÉS.

Sales-Lentz | GROUP

EXECUTIVE-LANE.COM



China Facts and figures



Political capital: Beijing
Top business cities: Guangzhou, Shenzhen, Shanghai, Nanjing, Wuxi + Hong Kong
Business languages: Mandarin and English (to some degree)
Business currency: Yuan Ren Min Bi (CNY) and US dollar (\$) **Time-lag with Luxembourg:** + 7 hours
Surface: 9,596,960 square km (as big as 3,711 Luxembourg)
Population: 1.367 billion people (2015 est.)
GDP per capita: \$14,300 (2015 est.), 112th in the world ranking (Luxembourg is 2nd)
Growth rate: 6.8% (2015 est.)
Inflation rate: 1.5% (2015 est.)
Unemployment rate: 4.2% (2015 est., which excludes private enterprises and migrants)
Ease of doing business: 84 among 189 countries ranked by World Bank (Luxembourg is 61)
Luxembourg export to China (goods): 231.8 million € (1.96% of Luxembourg's exports)
Luxembourg import from China (goods): 121.1 million € (0.69% of Luxembourg's imports)
Logistic performance index: 3.53/5 (28 among 160 countries ranked by World Bank. Luxembourg is 8)
Corruption indicator: 37 on a scale of 0 (highly corrupt) to 100 (very clean)
Main economic sectors: Agriculture: 8.9% Industry: 42.7% Services: 48.4%
Country risk Classification (OECD): 2 on a scale from 0 (lowest risk) to 7 (highest risk)
Country commercial risk classification (ODL): C (Luxembourg is A) The scale goes from A (no risk) to C (very risky).
Sources: Chamber of Commerce, Forbes, CIA, OECD, Statec, World Bank, Transparency International.

CHINA

A HUGE PROMISING MARKET

China has been witnessing an enormous economic progress and became the second economic power in the world, with the highest GDP. East and South coasts are the most developed zones of the country, and thus the most dynamic in term of international trade. The last government launched the Western Development Strategy in order to open up the hinterland provinces, along with the Rise of Central China Plan, which aims to boost regional growth in six central provinces.

Text: International Affairs, Chamber of Commerce

China's economic expansion finds its roots in the ancient Silk Road, which was connecting the West and East from China to the Mediterranean Sea. In 2015, Chinese Prime Minister launched the ambitious project of rebuilding the Silk Road. This program, known worldwide as "One Belt, One Road," consists in two roads: the land route that links central Asia, Russia and Europe, and the sea route that goes through the western Pacific and the Indian Ocean.

KEY ECONOMIC FACTORS

The 13th Five Year Plan set up in 2015 emphasizes on innovation and reforms in order to grow larger. China's astonishing expansion and openness to the world is a great opportunity for Luxembourg companies to set foot on this huge and promising market, and to show that "small is beautiful too," following the slogan of the Luxembourg pavilion during World Expo in Shanghai in 2010.

China's economy is in constant mutation, and some sectors that used to be fruitful, such as the heavy industry, particularly the steel industry, find themselves in a more and more difficult situation. But this mutation has also a positive impact on other sectors, and opens the door to new opportunities for Luxembourg companies, especially in the consumer goods sector. Chinese consumers represent a huge part of the world consumers, and their purchase power grows quickly. There is therefore a great demand in the sectors of e-commerce, food and beverages as well as luxury products. The new Chinese middle class is indeed fond of quality products that they can trust. Furthermore, the government's policies offer great opportunities for Luxembourg companies that work in the sectors of innovation and automation. Factories have climbed in the

value chain, and are of more importance than ever in China.

However, due to its undeniable appeal, China is obviously also a very difficult market to conquer. Competition is everywhere. It comes first from Chinese companies themselves, which are often cheaper for the same service due to more competitive labor and raw material cost. Another reason is the special regimes and regulations in China. The application of laws and regulations varies according to the origin and the size of your company (Chinese and big companies being privileged by local authorities). The interpretation of laws also varies from one region to another, which further complicates the process to enter the market. But once you are in, it usually brings good results.

AGREEMENTS BETWEEN LUXEMBOURG AND CHINA

In order to facilitate mutual trade and investment, several agreements have been signed between Luxembourg and China. First, the Non-Double Taxation Agreement of 1994, signed in order to avoid double taxation and prevent fiscal evasion. Furthermore, cultural and educational co-operation was made possible thanks to the Agreement for Academic Cooperation, signed between four Chinese universities including Tongji University, Renmin University, Shandong University and the University of Luxembourg in 2007. Many memoranda of understanding (MoU) have also been signed between the two countries, to strengthen cooperation and foster bilateral benefit.

From May 1st to May 6th, 2016, the Luxembourg Chamber of Commerce organized, together with the Ministry of the Economy, an official mission to China. Four cities were covered: Guangzhou,



Lujiazui, main business district of Shanghai.

Hong Kong, Shanghai and Beijing. More than 50 participants, from various sectors, had the chance to attend several seminars and participate in B2B matchmakings, in order to establish the contacts and to extend their cooperation with Chinese business partners. A visit to the Canton Fair was also part of the program, along with an Automotive Component Workshop held by Luxinnovation. Five other MoUs were also signed during the mission.

DOING BUSINESS WITH CHINA

Furthermore, the Chamber of Commerce will participate in Air Cargo China that will take place from June 14th to 16th, 2016, in Shanghai. This fair focuses on the logistics sector and specifically air freight. Besides the pavilion of Wallenborn and Cargolux, Luxembourg will have its national pavilion, which will offer four Luxembourg companies (Airlift Solutions, CHAMP Cargosystems, Arthur Welter Transports and Luxembourg Cargo Agency) the opportunity to show their know-how to Chinese companies (see their testimonials in the side box).

The most important advice to enter the Chinese market, is to be well prepared and well informed before your launch. Just as Luc Decker, Luxembourgish general consul and executive director of LTIO in Shanghai said, *"It is not an adventure to be taken lightly, because of the high level of difficulty of this giant market."* Several governmental or public organizations are available to assist you (see useful contacts). ●

Useful contacts

Luxembourg Chamber of Commerce
International Affairs
Na Shi – advisor International Affairs
Tel.: +352 42 39 39 364
E-mail: asia@cc.lu
Web: http://www.cc.lu/AffairesInternationales/Fiches_pays

Luxembourg Trade and Investment Office Shanghai
Tel.: +86 21 6339 0455
Fax: +86 21 6339 0433
E-mail: shanghai.cg@mae.etat.lu
Web: <http://shanghai.mae.lu>

Next economic mission to China:
Air Cargo China will be held from June 14 to June 16, 2016 in Shanghai.
Information:
Ministry of the Economy
Trade fairs department
Tel.: +352 24 78 4125
E-mail: trade.fairs@eco.etat.lu

What they say about doing business with China

Arnaud Lambert, chief executive officer, CHAMP Cargosystems:

"We provide integrated IT solutions for the air cargo transport chain. In China we serve three major airlines, providing them with our cargo management solutions as well as our messaging distribution service. We also serve over 30 additional international carriers who have daily rotations in China. Some of the processes and air freight requirements are very different in China than in other countries. Working with local partners at times might be the best option. CHAMP for instance has a very successful partnership with GLS Hong Kong."

Daniel Schiltges, managing director, Luxembourg Cargo Agency:

"Since our very beginning in 1995, we provide our import and export services (customs formalities, splitting, deliveries, labelling...) to companies working with China. Before the crisis this business was 75% of our turnover. Now it's a bit less but since 2015, flows are growing again. The main part of the business with China is import matters, especially for electronic goods. We don't face any specific risks with this country. Invoice problems are extremely rare. One advice if you want to purchase goods in China: meet your provider and hire an interpreter in order to avoid any misunderstanding."

Viviane Welter, chief executive officer, Arthur Welter Transports (international transport and logistics services):

"Usually, we work mainly with European representatives. In China we aim to meet the 'parent companies' of our Chinese customers in order to introduce directly our services and strengthen the existing relations. The cultural and statutory practices are very different between our countries and this may have an impact on the negotiations. There are protocols to be respected in order to have good commercial relations. The best thing to do is to be advised by someone who is well aware of."

Joe Hauff, executive vice president commercial, Global Airlift Solutions:

"We offer customized global air charters, on board courier services and critical care solutions for companies in order to maintain the supply chain of the customer and avoid production disruptions.

We don't have typical shipments; every day is different, our aim is to find solutions for the customer needs and we do deal with freight to and from China for 16 years now. Since the beginning we do have an own office in China so our customer can benefit from our local knowledge. We know China quite well and for us it is not more risky than any other country in the world."

GRAND ENTRETIEN

NICOLAS BUCK

LE LUXEMBOURG : LE MEILLEUR ENDROIT POUR ENTREPRENDRE EN EUROPE

Un véritable changement de paradigme s'est mis en place il y a quelques mois chez nyuko, et quelques semaines à la Fedil. Nicolas Buck, qui a repris les rênes de la fédération patronale et développé l'accélérateur de projets d'entreprises, veut insuffler un vent de changement pour doper l'entrepreneuriat luxembourgeois. Promouvoir l'envie d'apprendre et d'entreprendre, inciter à créer et soutenir les entrepreneurs pour placer le Grand-Duché sur l'échiquier mondial des nations d'entrepreneurs sont les grandes lignes de sa vision.

Texte : Corinne Briault - Photos : Gaël Lesure

Vous avez repris les rênes de nyuko voilà tout juste un an. Pouvez-vous nous en donner les grandes missions ?

« nyuko est un espace où deux mondes se rencontrent, celui du secteur public et celui du secteur privé ; il y a d'un côté les entreprises, et de l'autre, entre autres, l'État, les ministères du Travail et de l'Économie, la Chambre de Commerce... C'est un véritable PPP, partenariat public privé, axé sur l'idée d'avoir un instrument qui aide à la création d'entreprises nouvelles et novatrices. nyuko veut rassembler tous les acteurs politiques, économiques, associatifs ou sociaux autour de cette vision ambitieuse qui est de faire du Grand-Duché une 'start-up nation' tournée vers la nouveauté sous toutes ses formes.

Justement, vous vous êtes fixé comme objectif de faire du Luxembourg une « start-up nation ». Où en sommes-nous aujourd'hui ?

« L'idée de 'start-up nation' consiste clairement à donner la possibilité à des jeunes et des moins jeunes de se lancer dans l'entrepreneuriat. Trop peu de jeunes Luxembourgeois se destinent à créer leur propre entreprise. Souvent, quand je rencontre ces jeunes, leur ambition est de devenir employé dans une entreprise lorsqu'ils s'apprentent à rentrer dans la vie active, alors qu'ils sont très bien formés, qu'ils ont fait de brillantes études, qu'ils bénéficient d'un très bon réseau parce qu'ils sont nés ici et connaissent bien le tissu local et que, selon moi, ils ont toutes les cartes en main pour devenir

entrepreneur. Il faut absolument les amener à franchir le pas. Il y a quelques semaines, j'ai rencontré un jeune cadre d'une société importante basée à Luxembourg. Ce jeune homme avait étudié à l'ETH à Zurich, obtenu ensuite un MBA à l'Insead, puis allait travailler pour quelqu'un d'autre. Là est le défi. Comment amener des profils de ce type vers l'entrepreneuriat ? Je ne condamne pas son choix. J'aurais aimé qu'il choisisse une autre voie. Pour moi, c'est une souffrance, comme quand ma société perd un client. Pourquoi ?

Quel bilan le président de nyuko tire-t-il de sa première année ?

« nyuko bénéficie aujourd'hui d'une bonne visibilité. Nous avons réussi à créer une dynamique et à insuffler une vision. Avec Martin Guérin, nouveau CEO récemment recruté, nyuko se donne les moyens de son ambition et tout l'écosystème entrepreneurial luxembourgeois doit pouvoir en profiter. Mais surtout, nous travaillons en parfaite intelligence avec les autres acteurs. Que ce soit avec Luxinnovation, le Technoport, Business Mentoring, l'Université, le Lux Future Lab, Jonk Entrepreneuren, nous partageons tous ces sujets avec eux. nyuko n'est pas important dans cette histoire. C'est un enjeu qui n'appartient à personne. De nouvelles initiatives se créent, tel Innohub, et bien sûr nous les soutiendrons. L'UEL travaille sur le sujet de l'entrepreneuriat et c'est une très bonne chose. La Chambre de Commerce va lancer la House of Entrepreneurship. Et puis il y aura la

House of Fintech. C'est une vraie ruche. Nous ne serons jamais assez pour tout le travail qui nous attend.

Que peuvent faire, selon vous, les entrepreneurs luxembourgeois pour que la vision de « start-up nation » devienne une réalité ?

« Clairement, je pense que le Luxembourg bénéficie d'un certain nombre de caractéristiques qui jouent un rôle très positif en sa faveur. Par exemple, sa position géographique au cœur de l'Europe, le multilinguisme, la vocation internationale de son économie, sa stabilité politique. Il faut maintenant que les entreprises se rendent compte qu'elles ont tout à gagner à jouer un rôle de coach ou de mentor avec les jeunes entrepreneurs, à investir dans ▶

nyuko

Co-soutenue par les pouvoirs publics et le monde des affaires, nyuko est une asbl indépendante, à la croisée de tous les secteurs économiques. Fédératrice, nyuko avance dans une dynamique de consensus et de rassemblement. Elle est, via ses prédécesseurs Business Initiative et The Impactory, forte d'une expertise de longue date forgée sur le terrain aux côtés d'entrepreneurs en herbe qu'elle a accompagnés vers l'envol de leur entreprise. nyuko veut décupler ce soutien.



Nicolas Buck, président de nyuko,
créée en janvier 2015 suite à la fusion
de Business Initiative et The Impactory.

L'asbl ambitionne de développer
un écosystème particulièrement
performant offrant une large palette
de services aux porteurs de projets
qui n'en sont qu'aux prémices de leur
aventure entrepreneuriale.



Il faut faire la promotion de l'entrepreneuriat, donner le goût et l'envie d'entreprendre (...). C'est un sacré challenge, mais si nous loupons le coche, nous allons perdre tout le potentiel d'une génération de futurs jeunes entrepreneurs!



les jeunes pousses et à travailler avec les start-up. Quand les unes vont apporter leur financement et leur carnet d'adresses, les autres vont amener l'innovation et la créativité. Les décideurs doivent intégrer le fait que les grandes entreprises ont besoin des petites et réciproquement.

Où en sont les start-up au Luxembourg? Et le Grand-Duché en termes d'innovation?

« Nous sommes un petit pays, et ne nous leurrions pas, même dans la Silicon Valley, les créateurs de start-up viennent du monde entier. Il ne faut donc pas s'imaginer que nous arriverons à avoir ici la masse critique de créateurs d'entreprises innovantes. Ce qu'il nous faut faire, c'est nous connecter avec les réseaux mondiaux, avoir une ouverture d'esprit qui nous permette de créer une émulation entre les start-up luxembourgeoises et européennes, générer des réseaux pour que les idées nouvelles, les innovations circulent. Si nous restons entre nous, rien ne va évoluer. Il ne faut pas penser à concurrencer les autres, mais travailler avec eux et développer nos propres business et placer le pays sur la carte des pays qui innovent.

Vous avez été élu entrepreneur de l'année en 2004. Quelles sont, selon vous, les qualités dont doit disposer un entrepreneur pour réussir aujourd'hui?

« Un bon entrepreneur est quelqu'un qui a une forme d'instinct qui lui permet de voir qu'il y a une opportunité là où les autres sont encore dans le brouillard, quelqu'un qui a de la persévérance, qui réfléchit beaucoup et qui peut synthétiser très vite des informations, qui n'a pas peur d'être seul – car un entrepreneur est sou-

vent seul – et capable de changer son analyse en cours de route car il voit qu'il n'a pas pris la bonne direction. Entre le début et la fin d'un projet, il faut être conscient qu'il n'existe pas de certitude et que les choses évoluent avec le temps. Puis, il y a aussi un facteur chance. Il faut être au bon endroit, au bon moment. Pour réussir aujourd'hui, je pense qu'il n'est pas nécessaire d'avoir beaucoup de connaissances, il faut croire en soi et avoir la conviction que l'on a un destin et que l'on va réussir dans ce que l'on entreprend. La grande responsabilité aujourd'hui des parents et des systèmes d'éducation, est qu'ils doivent donner confiance en eux aux jeunes générations. Pour arriver à une 'start-up nation', nous avons besoin de jeunes gens qui croient en eux et en leurs possibilités de réussite. Enfin, il faut connaître l'échec aussi, le dédramatiser et ne plus sanctionner ceux qui échouent. L'échec est important car il permet d'apprendre. Il ne faut plus le voir comme une chose honteuse. Je ne connais pas d'entrepreneurs qui n'ont pas échoué avant de réussir. Se casser la figure, recommencer, adapter. Tout cela fait aussi partie du processus qui amène à réussir ce que l'on entreprend.

Quelle importance a le *nation branding* pour vous?

« Le Luxembourg doit se poser la question de savoir quelle image il veut véhiculer à l'étranger. Le Luxembourg est un pays remarquable à bien des égards. Nous avons un dynamisme économique certain, nous sommes capables de rebondir rapidement, de créer, nous sommes tournés vers l'extérieur et pas nombrilistes et tout ceci fait du Grand-Duché un pays unique en son genre, qui peut rayonner. Il faut en profiter pour

attirer des cerveaux, que des jeunes qui ont envie de se lancer dans l'entrepreneuriat, de créer, se disent qu'ils ont envie d'aller ou de rester au Luxembourg. Mais il faut juste accélérer le rythme et alléger le cadre réglementaire pour entreprendre. Plus de bon sens, moins de doctrine. Le pragmatisme, c'est une qualité luxembourgeoise, non?

Vous avez pris le relais de Robert Dennewald à la tête de la Fedil. Quelles ont été vos motivations pour accepter cette mission?

« Apprendre, comprendre et aider. Nous sommes au cœur d'une période charnière avec la vague énorme de la globalisation, de la transition énergétique ou l'émergence de l'économie circulaire; nous sommes à l'aube de la troisième révolution industrielle. La Fedil doit être et sera un acteur important de ces sujets pour aider à construire l'industrie du futur. Nous allons pouvoir répondre à de nombreuses questions, notamment ce qu'est et ce que sera l'industrie aujourd'hui et de demain, et être à la tête de la Fedil, dans ce cadre, est passionnant.

Comment abordez-vous votre mission à la Fedil? Quelles sont vos priorités? Vous avez parlé de nouvelle organisation et nouvelle communication?

« La Fedil a été créée en 1918 par Paul Wurth. L'association devait défendre l'intérêt de ses membres. Depuis, de nombreuses sociétés ont rejoint les rangs de la fédération, mais nous souhaitons toujours défendre l'intérêt de tous nos membres. Nous allons être attentifs à leurs besoins, inviter à la réflexion, à l'analyse, encourager le dialogue avec les différents acteurs de l'économie, leur offrir la possibilité de s'impliquer dans les projets et les dis- ▶



Vivez 4 expériences différentes dans l'Atrium.

ORO E ARGENTO au coeur de la gastronomie italienne
 STÜBLI convivialité et authenticité dans un décor typique
 HAVANA LOUNGE l'endroit idéal pour un moment de détente
 SIXTYFOUR® un bar à bonne température

Enjoy 4 different experiences in the Atrium.

ORO E ARGENTO at the heart of italian gastronomy
 STÜBLI conviviality and authenticity in a traditional atmosphere
 HAVANA LOUNGE a unique environment
 SIXTYFOUR® a bar at ideal temperature



FOLLOW US ON



www.sofitel.com



Un an déjà, Lëtzebuerg!

Avec un choix de services toujours plus... large!

Epinglez votre commerce sur la carte avec nos solutions de paiement.

Choisir Worldline, c'est choisir une équipe fiable et forte de **40 ans d'expérience** dans le domaine des paiements électroniques. Durables et de qualité, les **terminaux** Worldline acceptent toutes les cartes. Grâce à un large éventail de solutions innovants, tels que des **paiements dans la monnaie du choix** de votre clientèle internationale, des **cartes cadeaux** électroniques et des **services de ventes en ligne**... nous vous aidons à générer des nouvelles opportunités de ventes, optimiser vos processus commerciaux et améliorer l'expérience d'achat de vos clients. Surfez sur masolutiondepaiement.lu

Contactez-nous: +352 26 029 505
info-luxembourg@worldline.com



worldline
 e-payment services

..... an atos company



Depuis la fin du mois de mars dernier, Nicolas Buck remplace Robert Dennewald à la présidence de la Fedil, avec la volonté de rapprocher la Fedil de ses membres.

cussions, au sein de comités, de groupes de travail, de cercles thématiques. Nous allons aussi nous impliquer dans la représentation de nos membres dans des instances nationales, européennes, et encourager, voire initier le dialogue avec le monde politique. Tout cela sera mis en place par l'équipe dirigée par René Winkin de concert avec les membres de la Fedil.

La Fedil s'apprête à lancer une campagne de promotion des métiers de l'industrie. Quels en sont les objectifs ? Pouvez-vous déjà nous en dévoiler un peu plus ?

« Nous souhaitons montrer tout le potentiel des métiers de l'industrie, enthousiasmer les jeunes, entamer le dialogue avec eux pour qu'ils soient en adéquation avec la réalité. Nous allons intensifier nos liens avec l'Uni. Il faut dire à ce sujet que le pays ne s'est doté d'une université il n'y a que 10 ans, alors que les pays limitrophes ont des universités très anciennes. Il faut rattraper ce retard. Nous devons former les talents

dont nous aurons besoin demain, et par conséquent, il faut que nous nous impliquions dans l'éducation. Le monde digital implique des possibilités de secteurs économiques nouveaux et il faudra plus de mathématiciens, d'ingénieurs, d'informaticiens pour comprendre et appréhender ce monde digital. De plus, il ne suffira plus d'attirer les étudiants du monde entier, mais il faudra surtout les retenir une fois qu'ils auront un diplôme, car ils sont aussi une richesse pour le pays dans le cadre de cette révolution industrielle. C'est aussi une perte de compétences qu'il ne faut plus tolérer. Nous ne devons pas rater le tournant induit par la troisième révolution technologique que représente le numérique. Tous les pays et les capitales européennes sont engagés dans une course pour attirer les meilleurs cerveaux. Au Luxembourg, nous devons accélérer le développement de notre écosystème pour les accueillir. Nous devons passer à la vitesse supérieure. » ●

Prix de l'innovation Fedil – appel à candidatures

Fedil – Business Federation Luxembourg a créé le Prix de l'innovation dans le but d'encourager la créativité et l'innovation dans les entreprises. Organisé tous les deux ans, le Prix de l'innovation est destiné à récompenser les innovateurs au service des entreprises, les innovateurs indépendants, ainsi que les jeunes chercheurs. Les projets doivent se distinguer par leur caractère innovateur et original tout en présentant un intérêt pour l'économie luxembourgeoise. Pour participer à l'édition 2016, les futurs candidats peuvent envoyer leur dossier avant le 1^{er} juillet 2016. Le règlement du Prix de l'innovation et le formulaire de candidature peuvent être téléchargés sur www.fedil.lu.



We value

EXPERTISE

Long-standing expertise in Luxembourg Tax compliance

LTCO (Luxembourg Tax Compliance Office) is a high-quality tax compliance firm for Luxembourg vehicles.

GRAND ENTRETIEN

SUSAN WOJCICKI

FROM YOUTUBE TO OUR TUBE

It's pushing to be the planet's most powerful broadcaster with the launch of its subscription service. CEO Susan Wojcicki tells why YouTube is no longer just for the kids.

Text: Jonathan Dean / The Times / The Interview People
Photos: Gabriela Hasbun / Redux / The Interview People

Meeting rooms at YouTube HQ in San Bruno, California — south of San Francisco, at the start of Silicon Valley — have names like “My Little Pony”, “Inspector Gadget” and “Mr T”. The first thing you see is a table football game next to a vending machine filled with complimentary sweets. It’s a university campus where work actually gets done, and, as staff sit in the sun eating free burgers, casually running the world, there are no ties or suits in sight; zero grey hair. The space feels like one of those offices of the future you read about. One woman runs on a treadmill with her headphones on, tapping away at a slimline laptop.

“
The next generation
are never going to say,
‘It’s fine. I was used
to having everything
on demand, but now
I’ll wait for my show
on Wednesday, 6 p.m.’
”

If the almost 800 people who work in the main YouTube buildings straddling Cherry avenue are the megabytes, then their CEO, Susan Wojcicki, is the mainframe that holds them together. Somebody powerful has to. YouTube is part of Google, vying with Apple to be the most valuable company on the planet. Last year, Wojcicki,

who has quietly amassed a personal worth of \$300m by altering the way we watch TV, took her place in the top 10 of Forbes’ Most Powerful Women list — one spot above Michelle Obama. At 47, with five children ranging in age from baby to high-schooler, she’s like a tech-based construct of an Amazonian woman. The two of us meet in a room called “Zelda”, based on the video game.

How does nobody know who you are, I ask, as we settle into the comfiest reclining chairs I have ever experienced. “*I did have a lower profile,*” she says, nodding. “*It was probably as I was really busy doing my job and*” — slight pause — “*I have five kids.*”

Wojcicki has a wary grin. She will answer any question, but you sense each response has a vast hinterland that may only come out in her memoirs. Why talk now? “*I am further in my career,*” she explains. “*And I want to use my position to fight for issues I think are really important for women that nobody else is fighting for.*” She means the shocking maternity leave American women have. “*Twenty-five per cent go back to work after ten days. I just had a baby. Day 10, I was not ready to go back.*”

The main reason she is talking today isn’t societal, though, but cultural. Specifically, YouTube Red: the latest global assault by her company on the way we watch television. In a barrage of numbers, it’s hard to split statistics from spin, but one thing sticks out that makes Red’s arrival yet another reason this company remains, after a decade, the only moving-image service of note. In 2014, television viewing in the USA among 18- to 49-year-olds dropped by nearly 10%, while time spent on YouTube rose by a whopping 44%. Cables that,

for years, were used to get shows into homes are being cut as, instead, people log onto YouTube, connected to TV screens or just watched on a device.

So, what does Red — a monthly, paid-for service — offer? The chance to watch videos ad-free; to download and see them offline; and to play them when other apps are open, which is useful for music and lectures such as TED talks. Launched in full last autumn in America, Red is coming to Britain later this year.

The potential of its reach is intimidating. Time spent watching YouTube in sitting rooms more than doubled in 2015, and if you put traditional TV viewing (scheduled; a finite number of channels; content pushed through various editors) and YouTube (anything and everything all the time) on a set of scales, the balance would tip decisively towards the latter. A further asset of Red is original series produced à la Netflix — a total shift for a platform that, until now, relied on more than 400 hours of video posted by randoms every minute. Finally, there are even purpose-built studios called “Space”, dotted about internationally, where videomakers can add gloss to what ends up online.

“*We see an opportunity for TV to be remade,*” says Wojcicki, with the confidence the above assets would lend to any boss. “*Our service offers a lot of components that will be really important in the next generation of video viewing — like on-demand, and the ability for it to be social, global. The next generation are never going to say, ‘It’s fine. I was used to having everything on demand, but now I’ll wait for my show on Wednesday, 6 p.m.’ I just don’t think that’s the way the ▶*



"We see an opportunity for TV to be remade," says Susan Wojcicki. The statistics seem to prove her right since television viewing in the USA among 18- to 49-year-olds dropped by nearly 10%, while time spent on YouTube rose by a whopping 44%.

world is going to go. The world is going to have to adjust to them.”

At Google since 1999 and YouTube’s CEO for two years now, Wojcicki was first lured by the site when she saw a clip of Chinese students singing Backstreet Boys and realised entertainment could come from anywhere. Now, her plan is for entertainment to come from only one place, and it’s working. Last year, a *Variety* survey revealed eight of the ten most popular celebrities in the USA are YouTube-based creators.

Understated and softly spoken, dressed in a black cardigan and white blouse, Wojcicki is the most normal multimillionaire I’ve met. What she may lack in power play, however, she makes up for in sentences that scream a steady conviction. Asked about the future, she calmly just says YouTube thinks of the next “billions” of

long time on YouTube,” says Wojcicki. “But what we see with older audiences is that they look up specifics — like, ‘How do I fix something?’ The question is, how do we educate them about all the material we have?” The answer lies in the *Up Next* column, which lists related content — but it’s a long way from, say, “How to bleed a radiator” to the strands *Culture* readers would love but probably don’t know about, such as regular uploads from the Musée d’Orsay in Paris or the London Symphony Orchestra.

Do you have any strategy for these older audiences? “You know, we don’t really,” Wojcicki admits. “We don’t focus as much on specific audiences as: how do we make the platform overall better? How do we show five other videos that might be interesting for you? How do we do that for everyone? Over-sixties, and the 14-year-olds, too?”

Tokyo, New York, São Paulo, Berlin), the largest upload site has edged into production and — like parents with a child they prefer — can focus on the top-quality videos it takes more pride in. There will always be grainy footage like “Snapping Turtle Attacks Man Who Pokes Him with a Stick”, but if the aesthetic value of the most viewed — and pushed — broadcasts increases, the brand can become synonymous with quality rather than quantity, and then, perhaps, advertisers will also follow viewers in migrating from TV.

Upstairs in the Space, in a big room waiting to be turned into more studios, I meet five of YouTube’s posters. Cassey Ho does Pilates; Cenk Uygur is a news anchor; Shira Lazar hosts a show; Joey Graceffa is a personality; and Bernie Su reimagines classic novels. Together, they look like an am-dram group performing *The Avengers*, and you probably haven’t heard of any of them, but little illustrates the success or viewing figures of these star YouTubers more than the fact that Ho can successfully flog an ebook about fitness and food for \$89 a pop.

Uygur, though, is the most brash. He heads, in his own words, “the largest online news network in the world”, and, as happens with YouTube and YouTubers, he throws out statistics like free food until you end up so stuffed, you can’t fathom whether anything is off. His show is called “The Young Turks”. “One thousand years of viewing in one month!” is one boast from this former lawyer, 46, who channels so much bile towards traditional news — “I hate the gatekeepers, can’t stand them” — they must keep him awake at night.

He criticises networks such as CBS for not being global, and when I ask how his LA-based team can possibly know the intricacies of international news they cover, he says it is because they’re very clever. He’s either infuriating or bold, depending on your taste, but one figure stands out. The average age of a CNN viewer is 62–64; for Fox, it is 68. “The Young Turks”? Mostly under 35.

I think of what Wojcicki told me, at the business end of this vast company, about how there’s no great plan to entice silver surfers who don’t use the service as their children do. Maybe YouTube doesn’t care about old people — all the initial original Red series are youth-skewed — but why

““
We believe in freedom of speech, but we pull videos that don’t meet community guidelines. There was a video of a woman killed in the streets of Iran. When the policy team saw it, they thought they should take it down. But it became a catalyst for revolution, understanding people were dying for a cause. That’s a hard call.

”
users, but that “you can’t do a five-year plan in tech. You have to be willing to change.” When virtual reality comes up, I’m handed a rectangular cardboard box for my iPhone that I swivel to watch a blurry rocket take off from every angle. “It’s going to be compelling,” she says of that fad.

I wonder, though, if YouTube is so fixated on what’s next that it has sidelined what has just been. Blurb sent out before our meeting claimed the service was built on both the “silly” and the “profound”, but, to many, the latter is rarer than dial-up: pop videos; cat videos; men jumping into swimming pools they didn’t realise were frozen. That’s what some suspect the content is, and stats for the over-fifties aren’t impressive. What is there for people with an attention span?

“The younger generation use it as their primary entertainment platform, so they spend a

The next day, 380 miles south, on a Los Angeles road called Bluff Creek drive that’s within sniffing distance of the ocean, four young women arrive at YouTube Space LA with bags of crisps, clementines and fizzy drinks. Inside, they will shoot whatever they like — drama, comedy, monologues — with state-of-the-art equipment provided (you book ahead). Make-up rooms; studios that look no different from Pine-wood, decorated like a bar or an office in New York; flashy edit suites — a world of opportunity with no expense spared, housed in a hangar that used to belong to Howard Hughes and in which they shot part of *Avatar*. It seems 12422 W Bluff Creek drive has always had an eye on the future.

In a way, with all the original series backed by YouTube now available on the subscription service, plus facilities such as YouTube Space LA (also open in London,



The monthly paid-for service YouTube Red is the latest global assault on the way we watch television.

should it? When I ask the likeable chief business officer, Robert Kyncl, what type of person posts, he says, “Ones with things to prove,” and who else but the young feel a burning need to prove anything? Couple that with the fact this is a generation with cameras on phones and an innate need to share, and it makes sense that, rather than wait for baby boomers to leave their ITV dramas behind, this company has homed in on their kids instead.

Wojcicki’s stepping into the limelight comes at a time when her business is at its most confident. That’s why, I suppose, she feels she now has time. Such is YouTube’s enveloping of an entire planet that, in my taxi to the airport in LA, a very Christian driver in his late fifties told me he recently cut his TV cable and now watched sermons on YouTube instead, after a friend sent a link. And if his age group is coming, all resistance is analogue. One incessant issue, though, is trolling — YouTube’s CEO says its job is never done. There is a system for flagging the inappropriate, but she knows it still needs work. Tens of millions of videos have been removed, and if Sisyphus worked today he would be a moderator. YouTube is, of course, just one Isis beheading video (always taken down) away from a poisoned brand.

“We believe in freedom of speech,” says Wojcicki. “But we pull videos that don’t meet community guidelines. Adult content, we pull down. Also anything that is inciting violence, hate speech. Our users flag content, and we make a decision. Usually there are two sides to every story. Is it important for people to see or not important for people to see? There was a video of a woman killed in the streets of Iran. When the policy team saw it, they thought they should take it down. But it became a catalyst for revolution, understanding people were dying for a cause. That’s a hard call.”

YouTube is a secretive company that knows a lot of your secrets. As one executive puts it: “You imagine the type of data Google has. We know a lot about our users.” But with questions about earnings and ad revenues batted away, the spotlight returns to Wojcicki. She was born less than an hour away from the San Bruno HQ and puts her success in California’s digital cradle down to luck, hard work and passion. Does she see herself, I ask, as a role model for women in the technology industry?

“Yes, I do. I have had an unusual career, and most women don’t get to this position and are curious. Tech has a bad image: geeky, numbers-driven, not social — and that turns off the girls. But it’s a misrepre-

sentation. Tech is actually dynamic, it’s innovative. That was the biggest connection I made that lots of girls don’t. Computers are creative. You can build things with them and connect to the world, but it’s not represented that way, so girls are turned off by it early. And once they’re turned off, it becomes a self-fulfilling cycle, because none of their friends are doing it.”

That feels like the past, though, with a future that will naturally evolve from within the very website she runs. From the staff milling about the Cherry avenue campus to those in LA filming dreams significantly far away from Hollywood, it’s a Benetton world, one in which the Pilates entrepreneur Ho whoops, “Moving into the future, the world will be one country!” — yet nobody smirks. The watchers became creators, and they’re everywhere — with leaders buying into this philosophy, too. Only last month, seven female YouTubers were announced as UN ambassadors for gender equality. They’re all under 35 and come from six different countries. They write, shoot, edit, upload: part of a tech world that dumped the tech to become just the world. And if you are not part of it yet, it’s probably time you tried.

It’s not all cat videos. ●

JULIEN BRUNEL – ÉMELINE ALTMAYER

ENDURANCE À TOUTES ÉPREUVES

Julien Brunel et son associée, Émeline Altmeyer, ont franchi le cap pour créer Nutri-Bay, une plateforme de conseil et de vente de produits de nutrition sportive, dédiée aux sports d'endurance. Une première levée de fonds réussie, la start-up amorce un nouveau virage après avoir identifié de nouveaux besoins en matière de services aux sportifs.

Texte : Marie-Hélène Trouillez – Photos : Laurent Antonelli et Michel Zavagno / Agence Blitz

Quels sont vos parcours respectifs avant la création de Nutri-Bay ?

Julien Brunel : « J'ai un parcours classique en école de commerce. Titulaire d'un master en finance à l'ICN Business School de Nancy, je me suis installé au Luxembourg où j'ai travaillé un peu plus de quatre ans en tant que *business development manager* dans l'industrie financière. J'ai toujours été passionné par le sport, le triathlon, notamment. J'ai donc régulièrement tenté d'orienter ma carrière vers des sociétés actives dans ce domaine, mais sans succès.

Émeline Altmeyer : « Après un bachelor en marketing et communication à l'ICN Business School, je suis allée à Bordeaux pour préparer un master en marketing et

“
Le fait de pouvoir échanger avec un entrepreneur expérimenté m'a permis d'avoir des discussions très enrichissantes et d'élargir mon champ de compétences.
”

management. Ensuite, j'ai également rejoint le Luxembourg pour travailler chez Deloitte en marketing et communication. En 2013, avec Julien, que je connaissais de l'ICN, nous avons décidé de nous établir dans un pays anglophone, pour prendre du recul, découvrir de nouveaux horizons et parfaire nos

connaissances en anglais. Nous avons évoqué ce sujet pour la première fois lors d'un déjeuner et le jour même, à 16 h, nous avions tous les deux un visa pour... l'Australie. (Rires...)

J. B. : « J'ai la chance d'avoir de la famille sur place, une cousine, coach sportive, justement ! En Australie, j'ai travaillé pour le groupe Suez Environnement en tant qu'analyste financier. J'ai aussi pu vivre pleinement ma passion, le sport. Il est omniprésent là-bas. J'ai tout appris sur la nutrition sportive, sur ses bénéfices et ses enjeux.

É. A. : « Quant à moi, j'ai vécu une aventure formidable au sein d'une start-up spécialisée dans la réservation de restaurants en ligne. Notre société a vécu des moments très forts, du point mort à la réalisation de bénéfices, jusqu'à être finalement rachetée par TripAdvisor cinq ans après sa création pour 25 millions de dollars australiens (18 millions d'euros, ndr) !

Que vous ont apporté toutes ces expériences ?

É. A. : « Nous avons tous les deux obtenu un permis de travail pour rester en Australie, grâce aux sponsors des sociétés pour lesquelles nous avons travaillé, mais malgré cela, nous avons décidé de rentrer. Nous avons un peu le 'mal du pays'.

J. B. : « À notre retour, nous avons décidé de rassembler nos passions et nos expériences respectives et très rapidement, nous avons lancé Nutri-Bay, un site de vente de produits de nutrition dédié aux sportifs d'endurance. Les produits sont déjà élaborés. Notre valeur ajoutée est le conseil personnalisé. Car en fonction du type de sport pratiqué et de l'effort fourni, les produits diffèrent. Pour cela, nous travaillons en collaboration étroite avec des nutritionnistes.

Vous travaillez actuellement sur un tout nouveau projet. Pouvons-nous en savoir plus ?

J. B. : « Notre longue expérience en tant que sportifs et les liens très forts que nous avons pu établir avec les organisateurs de compétitions hors stade, dans le cadre de la promotion de Nutri-Bay, nous ont permis d'identifier un besoin évident en matière de support pour l'organisation de ces événements. Nous avons donc dédié une partie de nos ressources au développement d'une plateforme complète, ergonomique et multi-services. Plusieurs points sont à prendre en compte : l'assurance, la gestion des inscriptions, la sécurité, les bénévoles encadrants, la logistique...

É. A. : « Côté athlètes, nous devenons un point de recherche et de sélection incontournable de leurs futures épreuves, car nous recensons la totalité des compétitions hors stade en France et au Luxembourg. Nous leur permettons également de planifier leur saison en mettant en place un calendrier interactif, avec possibilité de partager un agenda avec leur réseau d'amis sportifs. Enfin, ils ont la possibilité de s'inscrire en un clic, grâce à l'utilisation d'un profil d'information unique : nom, prénom, date de naissance, documents administratifs, adresse e-mail, taille de tee-shirt, etc.

Jusqu'à présent, les coureurs devaient se rendre sur une multitude de sites différents pour effectuer leurs recherches et s'engager dans des processus d'inscription toujours différents et souvent incertains.

Quels sont les facteurs-clés qui assureront le succès de votre projet demain ?

J. B. : « À l'heure actuelle, les organisateurs gèrent leurs inscriptions avec 'les moyens du bord'. Nous pensons pouvoir franchement faciliter la vie des organisateurs et des sportifs en proposant une solution, la première en son genre... complète, efficace et surtout très simple d'utilisation. Autrement dit, un gain de temps et d'énergie considérable.

É. A. : « La gestion des inscriptions est toujours un vrai casse-tête. Par exemple, pour participer à un événement sportif, il faut fournir un certificat médical ou une licence émanant d'une fédération. Ces documents sont contrôlés par les organisateurs et cela ▶



La passion du sport réunit toute l'équipe de milepaKr, un tout nouveau site au service du sport, qui sera lancé en mai 2016.



Julien Brunel et Émeline Altmeyer estiment pouvoir réduire le temps de traitement des dossiers à 30 secondes par coureur, contre 15 minutes actuellement.

leur prend énormément de temps. Tout se fait encore manuellement, c'est très fastidieux. Notre système contrôle automatiquement la validité de ces documents, invite le sportif à les renouveler si besoin et dispense l'organisateur d'effectuer cette étape pénible. Il y a aussi le paiement, l'attribution et la remise des dossards et j'en passe. Tout compris, les organisateurs consacrent en moyenne 15 minutes par coureur et manquent souvent de moyens pour traiter les dossiers. Nous pouvons réduire ce temps de travail à 30 secondes (sourire et encouragements compris)!

Quelles sont les prochaines étapes ?

É. A. : « Le site www.milepakr.com sera lancé en mai 2016. Nous visons les sports d'endurance ou courses hors stade (triathlon, cross triathlon, aquathlon, cross

decathlon, bike & run, course à pied, trail, marche nordique, etc.). Notre objectif est de fournir immédiatement un service performant pour donner aux sportifs et aux organisateurs le réflexe de s'adresser à nous.

J. B. : « Le lancement de notre plateforme concernera en premier lieu la France et le Luxembourg. Nous nous déploierons en Belgique et en Suisse d'ici la fin de l'année. Puis, si tout va bien, nous partirons à la conquête de l'Allemagne et du Royaume-Uni, où de nombreuses courses sont également organisées et où nous implanterons des équipes locales.

Comment l'équipe est-elle structurée ?

É. A. : « Dans une start-up, tout le monde fait un peu tout. Il y a beaucoup de choses à faire et chacun met la main à la pâte en fonction des besoins et, parfois, des

urgences. Nous avons tout de même des pôles de compétences privilégiés. Je m'occupe plus particulièrement de la communication, du graphisme et de la communication digitale de Nutri-Bay et de milepaKr. Je suis assistée dans cette mission de deux collaborateurs qui interviennent surtout sur la production et la gestion des contenus.

J. B. : « Je travaille pour ma part sur le développement de l'outil avec un développeur free-lance et deux collaborateurs pour la promotion commerciale.

Avez-vous pu bénéficier de l'aide de certains organismes ou réseaux au Luxembourg ?

J. B. : « Nous venons de réussir une première levée de fonds, avec l'aide de Nicolas Valaize, qui gère la partie *funding* chez nyuko, un organisme d'aide pour les start-up. Pour nos investisseurs, la composition de l'équipe, ainsi que la qualité du projet ont fait la différence.

É. A. : « De mon côté, j'ai intégré le programme 'BusinessMentoring' depuis quelques mois. J'ai pu rencontrer mon mentor, un grossiste, à plusieurs reprises. Il est non seulement un entrepreneur expérimenté, mais également un sportif accompli. Les discussions que nous avons sont très enrichissantes et me permettent d'élargir mon champ de compétences.

Qu'est-ce qui vous a le plus frappé dans votre aventure ?

J. B. : « Sans doute la rapidité avec laquelle nous nous sommes développés. La société a été créée le 1^{er} juillet 2015. Le 1^{er} septembre, nous lançons un premier site internet. Le 10 janvier 2016, nous avons réussi notre levée de fonds et en mai 2016, nous lançons notre deuxième site. Nous étions deux personnes au début de notre aventure, nous sommes six aujourd'hui et en mai, deux autres personnes vont nous rejoindre. » ●

www.nutri-bay.com / www.milepakr.com

Galbani, Giovanni Rana...

Mondialfood S.A.
l'ambassadeur de la gastronomie
italienne au Grand-Duché
et bien au-delà.



En 1972, Fernando Salciccia obtient la représentation de Galbani, la marque de référence en Italie non seulement au niveau des fromages, mais également de la charcuterie italienne. À l'époque, les produits typiques italiens ne sont pas encore aussi populaires qu'ils le sont aujourd'hui et Fernando Salciccia multiplie les initiatives pour les faire connaître et référencer dans les magasins. Il n'hésite pas à proposer aux distributeurs de les prendre en dépôt et de ne payer que les produits qui ont effectivement été vendus. Cette tactique s'avère être la bonne. Peu à peu, les clients luxembourgeois font connaissance avec les spécialités italiennes et les quelques centaines de kilos commercialisés au début sont aujourd'hui devenus une cinquantaine de tonnes qui transitent toutes les semaines par le dépôt de l'entreprise.

L'entreprise familiale se développe

Au départ, le produit-phare est la Mozzarella qui est peu à peu rejoint par d'autres fromages et charcuteries typiques comme la Mortadella.



Massimo Salciccia,
administrateur-délégué de Mondialfood S.A.

En 1989, Massimo, le fils de Fernando Salciccia, rejoint l'entreprise familiale. Il occupe successivement tous les postes de travail de la société pour apprendre les défis particuliers de la logistique du frais en alimentation. En 1992, la société étend ses activités avec l'intégration de Giovanni Rana, leader en Italie des pâtes fraîches, qui représentent aujourd'hui un volume de quelque 450 tonnes produites annuellement. En 1997, l'entreprise s'établit dans la z.i. Schéleck à Bettembourg, au sein des locaux qu'elle occupe actuellement.

Au-delà du frais

En 1999, la société anonyme Mondialfood S.A. est créée. Elle regroupe à l'origine les activités de distribution des produits alimentaires de la gamme dite «sec», notamment la représentation de Danesi Caffè. Deux ans plus tard, elle intègre le fonds de commerce de la société René Ries et reprend également les marques Schwartau, Twinings Tea et Kaiser. À côté des produits frais, quelque 1.200 tonnes de produits secs transitent par les halls de la société. En 2012, la société étend à nouveau ses activités en ouvrant le restaurant Giovanni Rana à Foetz. Outre les clients luxembourgeois, Mondialfood S.A. livre aujourd'hui vers la Belgique, la France et l'Allemagne. La société emploie 21 personnes à Bettembourg et 14 personnes au restaurant de Foetz. Avec un rythme de rotation du stock de 2 jours pour le frais et de 2 semaines pour le sec, la société ne s'arrête jamais.



La qualité, seule garantie pour le succès à long terme

Massimo Salciccia se félicite d'une grande fidélité aux marques qu'il a en portefeuille, particulièrement à Galbani qui fait aujourd'hui partie du groupe alimentaire français Lactalis. Face aux produits des distributeurs, les marques doivent se défendre par une qualité irréprochable. Selon Massimo Salciccia, «Il n'y a pas de miracle,

ce sont les ingrédients qui font la différence. Prenez par exemple nos pâtes fraîches Giovanni Rana, il n'y a que de la viande du terroir, grana padano d.o.p. et d'autres matières premières de grande qualité qui sont utilisées dans la farce. La qualité au niveau de l'alimentaire frais passe également par une chaîne du froid sans faille avec un monitoring permanent et des partenaires spécialisés de premier niveau.»



Un vrai partenariat avec la BIL

Depuis le début des années 80, la BIL est la banque principale de la société. Massimo Salciccia souligne l'esprit de partenariat qui caractérise la relation avec la banque. «La BIL a toujours été présente et nous a soutenus dans les différentes phases de développement. Elle est pour nous un partenaire fiable qui nous écoute et s'intéresse à nos activités. Depuis le 1^{er} janvier 2015, la société en nom propre Salciccia a été entièrement intégrée dans Mondialfood S.A.; une opération dans laquelle la BIL nous a également donné tout son support.»



Stéphanie Camporesi,
Responsable
de relation PME
à la BIL

Vous avant tout



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

SUCCESS STORY

PIERRE-ANTOINE LAURENT

ÉDITEUR DE PATRIMOINE

Le mot « muséal » est encore un néologisme en 1999 quand Pierre-Antoine Laurent le choisit pour baptiser sa nouvelle activité d'édition et de distribution d'objets inspirés du patrimoine artistique et historique du Grand-Duché. Depuis, l'adjectif est entré dans le dictionnaire, mais il ne faut y voir aucun lien de cause à effet.

Texte : Catherine Moisy – Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Qu'est-ce qui vous a donné l'idée de créer cette activité ? Avez-vous fait des études d'histoire de l'art ?

« Je n'ai pas étudié l'histoire de l'art, mais j'ai toujours eu l'amour de l'art et des belles choses. Muséal est l'histoire d'une belle opportunité. Je menais carrière dans le marketing international, la direction des achats puis la direction de filiales d'entreprises françaises et allemandes. J'ai travaillé dans divers secteurs assez éloignés du monde artistique. Puis j'ai travaillé au Luxembourg, pour un grand cimentier allemand. J'avais pris ce poste pour 2/3 ans, à la suite de quoi je devais rentrer en France, auprès de ma famille. Mais à ce moment-là, un magasin de la Grand-Rue, distributeur exclusif des objets des Musées de France, cherchait un repreneur. J'y ai vu un coup de

“
Ce qui fait notre force est notre carnet d'adresses d'artisans-artistes extrêmement talentueux.
”

pouce du destin pour me rapprocher de ma passion pour l'art. J'ai donc repris cette activité, sans le local qui était en fin de bail. Je me suis installé rue du Saint-Esprit. C'est là que j'ai rencontré Danièle Wagener, directrice du Musée d'histoire de la Ville, qui m'a demandé de devenir l'exploitant de la boutique de son musée et d'éditer des reproductions de certaines pièces. L'aventure Muséal était lancée.

J'imagine que la mise de départ pour ce type d'activité n'est pas négligeable...

« En effet, il faut financer un local, le stock de marchandises et les salaires des employés. Heureusement, j'avais 40 ans et déjà acquis une certaine expérience commerciale et financière. Avec l'appui de la Bil, j'ai pu investir 100.000 euros dans l'affaire. L'avantage du point de vente physique est que l'on réalise des ventes immédiatement ; le chiffre d'affaires ne se fait pas attendre.

Quelles difficultés et opportunités avez-vous rencontrées ?

« L'histoire de Muséal a plutôt été jalonnée d'opportunités. Au départ, en 1999, l'édition d'objets d'art issus du patrimoine luxembourgeois n'existait pas. C'était donc un marché neuf où la concurrence était peu développée. À partir de 2015, avec la stratégie de *nation branding*, ce marché de niche se révèle porteur. Entre ces deux dates, il y a eu quelques jolies surprises : être sélectionné lors de l'année culturelle 2007 pour la production et la diffusion des objets à l'effigie du cerf bleu, avec un *pop-up store* très visible dans le quartier Gare, obtenir le brevet de 'fournisseur de la Cour' en 2012 ou encore le label 'Made in Luxembourg' en 2014. Toutes ces étapes sont des atouts pour avoir de la visibilité et de la notoriété et cela peut nous aider à développer la clientèle des entreprises, car la principale difficulté réside dans la taille réduite du marché luxembourgeois des amateurs d'art qui rend difficile l'amortissement des coûts d'édition pour chaque objet.

Quelle est la valeur ajoutée spécifique de Muséal ?

« Nos créations sont toutes conçues et dessinées au Luxembourg. Ensuite, pour la fabrication, nous avons identifié un réseau d'artisans d'art extrêmement talentueux qui

acceptent de fabriquer en toutes petites séries. C'est cela qui fait notre force, notre carnet d'adresses d'artisans-artistes.

Muséal a connu plusieurs adresses. Cela traduit-il un problème lié aux loyers du centre-ville ?

« Les loyers du centre-ville peuvent en effet s'avérer prohibitifs pour des commerçants indépendants, mais dans notre cas l'abandon d'un magasin physique et l'adoption d'un show-room, complété d'un site internet, correspond en fait à un changement de business model. De commerçants en objets d'art nous sommes devenus éditeurs d'objets. Le point de vente physique n'était donc plus indispensable. Sans compter qu'un magasin est extrêmement chronophage, car il nécessite une présence sur toute l'amplitude horaire des heures d'ouverture. Cela représente un coût de personnel important, sans parler des difficultés logistiques que nous avons rue Saint-Esprit, qui est quasi impraticable pour les livreurs et où les surfaces de stockage se trouvaient en sous-sol. ▶

Muséal en quelques faits et chiffres :

- 70 % du chiffre d'affaires est réalisé avec la clientèle corporate, 30 % avec la clientèle privée.
- 75 % des ventes sont réalisées en B2B, 20 % chez des revendeurs (Luxembourg House, Hôtel Le Royal, boutiques de musées et d'hôtels) et 5 % sur internet.
- La gamme comprend une centaine d'objets, allant de 15 € à plus de 4.000 €.
- La meilleure vente en valeur est la **Gëlle Fra en bronze**.
- La meilleure vente en volume est le **coffret œnologique** (vins et eaux-de-vie de Moselle).



Pierre-Antoine Laurent et Nathalie Davila Levy : « Nos clients sont essentiellement luxembourgeois, mais ils offrent bien souvent nos objets à l'étranger. Nos produits sont nation branding par nature. »



« Nos clients corporate trouvent dans notre gamme des réponses personnalisées à leurs besoins en cadeaux de courtoisie, de fin d'année, jubilaires, visites protocolaires, récompenses, etc. »

N'ayant plus de vitrine en ville, comment faites-vous la promotion de votre gamme d'objets ?

« Le site internet et le show-room de Bonnevoie, où nous recevons sur rendez-vous, sont des vitrines permanentes. Nous envoyons des e-mailings pour présenter nos nouveautés. Nous avons un partenariat avec le *Luxemburger Wort*. Régulièrement, une vente est organisée dans leurs locaux avec présentation préalable des objets sur une pleine page du journal.

Notre directrice d'activités, Nathalie Davila Levy, entretient quant à elle des relations privilégiées avec nos clients et prospects entreprises et administrations. Nous avons aussi nos propres événements

“
Chaque pièce est une aventure. C'est d'ailleurs cet aspect du métier que je préfère.
”

autour de certains artistes ou artisans, avec vernissage sur invitation. Le prochain événement de ce genre aura lieu au Cercle Munster en septembre autour de Max Guéguen, peintre spécialisé en armoiries, que nous avons fait travailler sur le blason du Luxembourg et celui de la Cour grand-ducale.

Comment enrichissez-vous la gamme ? Avez-vous le droit de reproduire n'importe quelle œuvre ?

« Pour trouver de nouvelles idées d'objets à éditer, nous organisons des brainstormings sur le thème du patrimoine et de l'architecture. Nous lisons beaucoup et nous rencontrons des artistes. Chaque objet a une histoire. Quelques exemples : la Vierge noire de Saint-Jean du Grund appartient au domaine public, puisque son auteur est mort depuis plus de 70 ans. Nous avons quand même dû obtenir l'autorisation de l'archevêché, ainsi que de la fabrique d'église. Il n'était pas question d'emporter la statue hors de l'église pour la mouler. Nous l'avons donc juste extraite de sa niche quelques instants pour pouvoir la scanner en 3D et fabriquer le moule d'après ces

mesures. Dans le cas de la Mélusine de Serge Ecker, nous avons rencontré l'artiste et lui avons proposé de populariser son œuvre. Nous avons passé un contrat avec l'artiste et la Ville de Luxembourg, commanditaire de l'œuvre. Comme il s'agit d'un artiste contemporain, nous lui versons des royalties. Quand il s'agit de pièces de musées, nous passons un contrat avec le conservateur et en général on nous confie la pièce pour le moulage. Chaque pièce est donc une aventure. C'est d'ailleurs cet aspect du métier que je préfère.

Quels sont vos projets d'avenir ?

« En moyenne, nous éditons trois nouvelles pièces par an. 2016 ne va pas échapper à cette règle. Nous allons éditer la statue du Renert dans une résine de couleur, nous allons avoir une nouvelle gamme de cristallerie et un nouveau coffret œnologique artistique. Et bien sûr, nous continuerons à imaginer des objets sur mesure pour la clientèle *corporate*. Nous préparons par exemple un set de tasses à expresso pour le groupe RTL. » ●

www.museal.com

SUCCESS STORY

SAMIRA MAAOUI

OBJETS D'ATTENTION

L'entreprise devait s'appeler autrement, mais Samira Maaoui s'est rendu compte que son patronyme était la contraction de « maa jo » en luxembourgeois et de « mais oui » en français. Tout cela sonnait décidément très positivement pour une entreprise de communication par l'objet ayant pour vocation la satisfaction de ses clients.

Texte : Catherine Moisy – Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Vous n'aviez que 24 ans quand vous avez créé Maâ-Oui! il y a déjà plus de 10 ans. Quel a été le moteur de cette création d'entreprise ?

« Peut-être que le fait d'être jeune m'a permis de ne pas douter de mes chances de réussite. Je n'aurais peut-être pas la même impulsivité aujourd'hui, mais je pense que j'aurais la même envie. Pour moi, un entrepreneur est quelqu'un qui sait transmettre cette envie, ne reste pas sur ses acquis et évolue en permanence. Avant d'être entrepreneuse moi-même, j'ai travaillé pendant trois ans dans une entreprise de communication visuelle où l'on m'a permis de gérer la société. Cela m'a donné confiance en moi. Mon mari m'a aussi beaucoup soutenue dans mon projet.

Est-ce que la concurrence était moins forte qu'aujourd'hui ?

« Dans ce métier, la concurrence a toujours été forte. Le Luxembourg est très convoité par les fournisseurs des pays limitrophes. Ceux-ci ont les mêmes prix d'achat que nous, mais ils bénéficient de loyers et de charges salariales nettement plus avantageux. Il faut donc se battre tous les jours pour préserver ses parts de marché. À partir de 2009, le marché s'est un peu assaini. La crise est passée par là et seules les entreprises les plus sérieuses ont survécu.

“
Un entrepreneur est
quelqu'un qui sait trans-
mettre son envie, ne
reste pas sur ses acquis
et évolue en permanence.
”

La crise est arrivée seulement trois ans après votre lancement. Quelles conséquences a-t-elle eues ?

« En effet, je venais de débiter. J'étais confiante car 2007 avait été une très bonne année et 2008 avait très bien démarré. Puis brusquement le chiffre d'affaires a été divisé par trois en 2009. Les budgets des clients n'avaient pas nécessairement fondu mais dans un contexte de crise, les cadeaux n'ont plus la cote. Nous avons pu passer le cap grâce aux bons résultats de 2007 et 2008. Cette période a renforcé ma prudence naturelle. J'ai toujours réinvesti les gains dans l'entreprise.

Je garde quand même le souvenir d'une période riche. Comme c'était très calme, j'ai eu le temps de réfléchir à ma stratégie et c'est à ce moment-là que j'ai décidé de mes futurs investissements pour que l'entreprise soit en état de marche optimal au moment de la reprise. J'ai décidé la refonte complète du site internet, qui est notre principale vitrine, j'ai embauché un graphiste pour que nous soyons autonomes sur la partie création et j'ai cherché un show-room pour pouvoir présenter toute la gamme. En 2010 quand les affaires ont commencé à redémarrer, tout était en place.

Et maintenant, vous n'avez plus d'inquiétudes ?

« Comme je vous le disais, il ne faut jamais se reposer sur les acquis. Pour fidéliser nos clients, nous misons sur le niveau de service. Nous établissons les devis en moins de 24 heures, notre graphiste fait plusieurs propositions de design pour les marquages, nous contrôlons systématiquement la qualité de la totalité des livraisons, objet par objet, avant de les faire suivre aux clients. Je m'occupe personnellement du *sourcing* pour proposer des produits différents et je négocie des exclusivités. Nous pouvons même

faire fabriquer certains articles sur mesure ou concevoir un catalogue complet d'objets aux couleurs d'un client, à l'usage de sa force de vente par exemple.

Quelles sont les principales difficultés liées à votre activité ?

« La première des difficultés est notre dépendance vis-à-vis des fournisseurs. Nous sommes tributaires des quantités disponibles en stock, mais aussi de la réactivité des transporteurs. Or, les décisions concernant les objets publicitaires se prennent souvent à la dernière minute chez nos clients et les délais sont souvent très serrés. Pour mieux maîtriser la chaîne d'approvisionnement, nous essayons de travailler de plus en plus avec des fournisseurs européens. La deuxième difficulté est la saisonnalité. Une part importante des ventes se fait sur les trois derniers mois de l'année, qui sont donc très intenses, mais en début d'exercice la visibilité sur les affaires est réduite.

Quelles sont les grandes tendances actuelles pour les objets publicitaires ?

« Tout ce qui est high-tech plaît énormément. La clé USB est devenue un basique, au même titre que le stylo. Les batteries de secours, les objets en lien avec la musique, les téléphones ou les tablettes figurent parmi nos best-sellers. Il y a également un engouement pour les objets durables, qui avaient reculé avec la crise car ils sont un peu plus chers, mais qui reviennent sur le devant de la scène car leur symbolique est très forte. » ●

www.maa-oui.com

Maâ-Oui! en quelques chiffres-clés :

11 ans d'existence
7 Maâ-ouistes
660 commandes traitées et livrées/an
300 m² de bureaux et ateliers
dont 150 m² de show-room
50 % du CA réalisé de septembre à décembre
80 % des ventes réalisées au Luxembourg
922 fournisseurs
15.000 articles proposés



Pour Samira Maaoui (assise au centre), l'emménagement en 2012 dans les nouveaux locaux de la rue Glesener à Luxembourg marque clairement une étape et récompense tout le travail accompli par l'équipe.



01.

LABORATOIRES KETTERHILL

EXCELLENTE ANALYSE!

Les Laboratoires Ketterthill sont nés de la fusion en 2003 des Laboratoires Ketter (créés en 1956) et des Laboratoires Thill (créés en 1946) et sont actifs dans l'analyse de biologie médicale au Grand-Duché de Luxembourg.

Texte : Corinne Briault - Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Les Laboratoires Ketterthill emploient aujourd'hui près de 220 salariés à travers un réseau national de plus de 70 centres et lieux de prélèvements. Ils offrent un service de proximité aux patients et mettent à disposition des prescripteurs une série de services pour les accompagner dans leurs missions de diagnostics et de traitement des patients.

En 2005, le laboratoire crée un département spécialisé en immuno-pathologie (le LLIP - Laboratoire luxembourgeois d'immuno-pathologie). En 2011, Ketterthill intègre le groupe Cerba HealthCare (anciennement Cerba European Lab). Puis,

le laboratoire décide de se lancer dans un projet d'envergure initié début 2012: le déménagement de son plateau technique à Belval. Déménagement motivé par un manque cruel de place pour les différents services techniques et supports et pour les personnels installés depuis 2003 dans la zone industrielle Um Monkeler à Esch-sur-Alzette, dont le nombre a pratiquement doublé. Le nouveau bâtiment regroupe toutes les compétences des laboratoires: hématologie, biochimie clinique, sérologie infectieuse, microbiologie, biologie moléculaire, hormonologie, fertilité, immunologie, ainsi qu'un centre d'accueil et de prélèvements.



02.



03.

Les Laboratoires Ketterthill ont mis en place un système innovant de chaîne robotique permettant l'automatisation des tâches de prétraitement, d'acheminement et d'archivage des échantillons. Entretien avec le Dr Stéphane Gidenne - administrateur délégué des Laboratoires Ketterthill.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Il y en a plusieurs. Nous cherchons sans cesse à développer l'excellence opérationnelle de nos services qui doivent être remarquables non seulement pour les patients, mais également pour les médecins. Ainsi, nous travaillons sur l'amélioration de nos processus avec le matériel que nous avons intégré dans notre démarche qualité afin, par exemple, qu'à 19h tous les résultats soient rendus.

Dans ce cadre également, nous avons développé récem-

ment un nouveau site internet pour que les patients et les médecins retrouvent les résultats de leurs analyses.

Pour compléter ces services, notre équipe médicale composée de biologistes se tient en permanence à disposition des patients et des médecins prescripteurs pour leur apporter aide et conseil dans l'interprétation des résultats. Nous travaillons encore au développement du dossier de soins partagé. Il s'agit d'une plateforme sécurisée à laquelle seuls les prestataires autorisés ont accès pour partager et consulter des dossiers médicaux.

Nous avons encore quelques projets de rapprochement avec l'Uni et de développement de notre département LLIP, orienté vers la recherche et l'identification des auto-anticorps dans le cadre, par exemple, des maladies inflammatoires, des maladies spécifiques d'organes ou neurologiques.



04.



05.



06.

En chiffres



- 4.800 m² de surfaces de travail dans le laboratoire d'Esch / Belval
- 200 m de chaîne robotique
- 259.000 prélèvements par an
- 165.000 patients par an
- 120 analyses par jour au sein du LLIP en provenance du Luxembourg, mais aussi de Belgique, France, Allemagne, Portugal, Italie, Suisse et Grèce
- 5.000 sérums de référence
- 70 lieux de prélèvements sur le Grand-Duché
- 1.400 dossiers par jour
- 1.000.000 de tubes de sang par an

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« Le projet d'implantation du laboratoire à Belval est une belle réussite tant au niveau technologique qu'au niveau humain, car tous les membres des équipes se sont vraiment beaucoup investis dans cette nouvelle installation. Nous sommes le 4^e laboratoire au monde à se doter d'une telle technologie et les premiers au Luxembourg, nous recevons des visites de très gros laboratoires américains et japonais qui viennent voir nos installations.

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

« Au quotidien, transmettre les résultats les plus fiables, le plus rapidement possible, pour que la prise en charge du patient, s'il y a besoin, soit également la plus efficace possible. Dans notre secteur, aujourd'hui, nous devons faire face à un grand

bouleversement depuis l'apparition d'internet et de nouveaux sites d'échange d'informations médicales. Le premier réflexe du patient maintenant, c'est d'aller voir sur internet pour établir un autodiagnostic et la prescription médicale qui l'accompagne. Tout le monde peut s'improviser médecin et cela peut s'avérer contre-productif et dangereux. Dans le même ordre d'idées, nous devons faire face à toute une série d'objets qui débarquent sur le marché et que les patients peuvent se procurer facilement, qui proposent de faire diverses analyses. Bien souvent, ces dispositifs ne sont pas très fiables ou se dérèglent rapidement et peuvent fausser le diagnostic !

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

« Ce serait de faire connaître au plus grand nombre nos

métiers et nos manières de travailler, afin de montrer que la technologie est une chose, mais qu'un laboratoire ce n'est pas seulement une machine, qu'il y a des êtres humains derrière les analyses. Puis, bien que les relations avec nos ministères de tutelle soient très cordiales, nous souhaiterions avoir plus d'échanges. Ainsi, la décision de baisser de 20 % les tarifs des actes des laboratoires d'analyses médicales a été brutale pour notre secteur et sans aucune discussion préalable. Il serait bienvenu de réfléchir tous ensemble, hôpitaux, laboratoires, ministères, caisses de maladie, etc., et de se rendre compte que nous pouvons collaborer et que nous ne sommes pas en concurrence, mais complémentaires. » ●

L'information continue

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

01. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce (au centre), entouré du Dr Pierre Blonski, pharmacien biologiste ; de Oswald Sanitate, directeur Achats & Logistique ; du Dr Stéphane Gidenne, administrateur délégué ; et du Dr Caroline Schreiber, pharmacien biologiste.

02. Les Laboratoires Ketterthill ont mis en place un système innovant de chaîne robotique permettant l'automatisation des tâches de prétraitement, d'acheminement et d'archivage des échantillons sanguins.

03. Plus d'une trentaine de techniciens et sept biologistes composent l'équipe médico-technique.

04. Le deuxième étage des 4.800 m² de surfaces de travail des Laboratoires Ketterthill est destiné aux analyses de sang et dispose d'un environnement totalement ouvert d'une surface de 1.000 m².

05. Le département d'immunopathologie (LLIP) reçoit chaque jour des prélèvements en provenance du Grand-Duché, de Belgique, de France, d'Allemagne, de Suisse, du Portugal, d'Italie et de Grèce.

06. La nouvelle chaîne robotique s'étend sur 200 m de long et couvre les trois niveaux du laboratoire, qui sont tous reliés par un système de spirales permettant le déplacement vertical des échantillons. 19 analyseurs sont connectés à la chaîne pour la réalisation des tests et deux armoires réfrigérées de 10.000 places chacune sont à disposition pour la conservation des tubes.

GOODYEAR

BEHIND THE WHEEL

With just 13 employees, the production at Goodyear began on November 21, 1898, with a product line of bicycle and carriage tires as well as horseshoe pads. Founded by the Seiberling brothers, the company took the name of Charles Goodyear, who discovered the vulcanization. Today, Goodyear is the world's largest tire company and employs approximately 66,000 people worldwide.

Photos: Pierre Guersing

Goodyear in Colmar-Berg is an integrated industrial complex, comprising various plants and operations. It is Goodyear's most diversified complex outside the United States. It all started with the Tire Plant in 1949, which has become Goodyear's largest production plant in Europe for Truck and Earthmover tires.

At the Mold Plant, aluminum and steel molds are designed and produced for all types of tires and the vulcanization presses around the world manufacturing facilities.

At the Regional Calendaring Centre, Goodyear calendars and applies rubber to fabric cords which is used in the tire manufacturing process in many of European tire plants.

High-quality and top performing tires require in-depth research and development. For this purpose. The Goodyear Innovation Centre Luxembourg (GIC*L) was established in 1957 to this end.

Together with GIC*A (Akron), it spearheads Goodyear's research and development throughout the world. GIC*L

has a staff of more than 1,000 engineers, scientists and technicians engaged in the development of car, light truck and truck tires mainly for the European, Middle East, African and Asia-Pacific markets.

Goodyear employs approximately 66,000 people worldwide and manufactures its products in 49 facilities located in 22 countries around the world. With about 3,250 associates, Goodyear is today the number two industrial employer in Luxembourg.

In 2015, Goodyear sold 166 million tires worldwide and generated a turnover of 16,443 mio US\$. To put this in perspective, 166 M tires sold represents approx. 5 tires sold per second around the world.

Interview with Carlos Cipollitti, general director GIC*L, and François Delé, director Manufacturing EMEA.

What projects are you currently working on?

"At GIC*L, we have just finalized the development of our newest Ultra High Performance tires: the Eagle F1 Asymmetric 3 from Goodyear and the Sport-Maxx RT2 from Dunlop. They are currently being introduced to the market. We also continue to work on developing new technologies to provide our customers tires with very low rolling resistance, without compromising performance and safety. In the truck segment, we have introduced several new products for the Goodyear brand with focus on fuel consumption (FuelMax), high mileage and sustainability (KMax). The Dunlop brand will introduce two new versatile truck products in spring 2016 offering improved mileage, better fuel consumption and top winter performance. Our focus for the coming



01.



02.



03.

years will be to develop tires for future autonomous vehicles. Our vision in this respect was recently unveiled at the Geneva Motorshow with the 'Eagle 360', a revolutionary proposal from Goodyear with a spherical, 3-D printed tire. This presents an inspiring solution for when autonomous driving is expected to be more mainstream. Currently we are developing the Goodyear Intelligrip tire, i.e. tire chip and sensor technologies in tires that will help the tire communicate with the vehicle's central computer system, thus contributing to delivering improved driving performance and safety (IntelliGrip).

What successes are you particularly proud of?

"GIC*L engineers have developed an excellent range of tire products for consumer and commercial tires in numerous

brands and applications and these tires have repeatedly been rated very well by independent test authorities, tire and car magazines. This has helped to grow our sales despite a challenging economic environment over the last few years. In addition, in Luxembourg our employment has remained fairly stable and in GIC*L we ever recruited more associates over the last few years.

What are the biggest challenges your sector is facing?

"Besides severe competition on the global tire market, there is another important challenge to consider for Goodyear Luxembourg and that is finding a skilled and qualified work force in manufacturing and engineers for our R&D center. The Luxembourg Automotive Campus in Bissen recently announced by Mr. Étienne Schneider, minister

for the Economy, and offering a state-of-the-art working environment should help address the current and future needs of Goodyear and help attract the right skilled talents in a multitude of disciplines.

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

"At Goodyear, we offer ongoing dedicated training to many of our associates at all levels in our organization. This ensures that our associate's skills levels are adapted to our global challenges and technological and innovative progress in our society.

Goodyear would like to continue to offer this to all its associates and the general assistance and guidance from the Chamber of Commerce is highly appreciated." ●

Short history



1898: Frank Seiberling borrows \$3,500 from his brother-in-law to buy an abandoned strawboard factory on the banks of the Little Cuyahoga River in Akron, Ohio. Seiberling and his brother Charles found The Goodyear Tire & Rubber Company on August 29
1910: Goodyear expands internationally
1916: Goodyear becomes the world's largest tire company
1928: Goodyear builds blimps for the navy
1957: Goodyear Innovation Centre Luxembourg (GIC*L)
1970: Mold Plant Luxembourg starts activities
1977: First all season tire introduced
1994: Manufacturing begins in China
1999: New joint ventures in North America, Europe, Japan. Goodyear becomes the largest tire company with this alliance



04.



05.



06.

01. Roger Thoss, direction advisor, Chamber of Commerce; François Delé, director Manufacturing EMEA; Carlo Thelen, general director, Chamber of Commerce.

02. In 1904, Goodyear introduced world's first detachable tire soon after P.W. Litchfield earns patent in 1903.

03, 06. At the Mold Plant, aluminium and steel molds are designed and produced for all types of tires and the vulcanization presses for use in the global manufacturing facilities.

04. High-quality and top performing tires require in-depth research and development.

05. GIC*L has a staff of more than 1,000 engineers, scientists and technicians engaged in the development of car, light truck and truck tires mainly for the European, Middle East, African and Asia-Pacific markets.

L'information continue

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

PHOTO DU MOIS

27 AVRIL 2016

96 ENTREPRISES LABELLISÉES!

La Chambre de Commerce a organisé une cérémonie officielle de remise de certificats aux 96 entreprises ayant récemment obtenu le label « Made in Luxembourg » pour leurs produits ou services. Depuis sa mise en place en 1984, pas moins de 600 entreprises se sont vu octroyer ce label, créé sur l'initiative du ministère des Affaires étrangères, de la Chambre de Commerce et de la Chambre des Métiers. La cérémonie de remise des certificats s'est déroulée sur le stand de la Chambre de Commerce à la Foire de printemps, véritable vitrine mettant en avant le savoir-faire des entreprises luxembourgeoises. Le label « Made in Luxembourg » permet, d'une part, d'informer le consommateur luxembourgeois sur les produits indigènes, et d'autre part de mieux faire connaître les produits nationaux à l'étranger.

Photo : Emmanuel Claude / Focalize





BUSINESS OPPORTUNITIES

NEW MILESTONE BETWEEN CABO VERDE AND LUXEMBOURG

A high-level seminar on business and investment opportunities in the Cabo Verde islands was organised last February at the Luxembourg Chamber of Commerce after the success of the Official Visit of H.R.H. the Grand Duke to Cabo Verde in March 2015. The Chamber of Commerce is actually a long lasting supporter of the development of bilateral economic relations and this since it organised its first economic mission to Cabo Verde in March 2004.

Photos: Robert Voirgard / Focalize

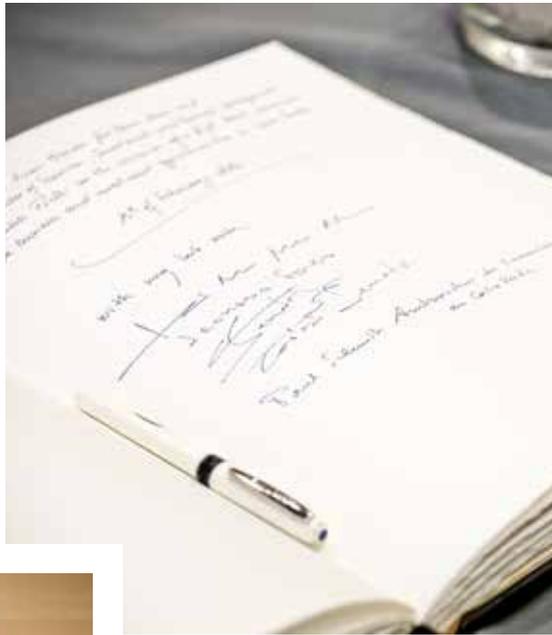


04.

01. 02. In the framework of the official visit of H.E. prime minister of the Republic of Cabo Verde, Mr José Maria Neves and H.E. Mrs Leonesa Fortes, minister of tourism, investment and business development, the Luxembourg Chamber of Commerce, in close cooperation with the Embassy of Cabo Verde in Luxembourg, organised a high-level seminar on business and investment opportunities in the Cabo Verde islands.



01.



05.

03. H.E. prime minister of the Republic of Cabo Verde, Mr José Maria Neves held the keynote address. Cabo Verde's potential was then presented by H.E. Mrs Leonesa Fortes, minister of tourism, investment and business development.



02.

04. 05. H.E. Mr Paul Schmit, ambassador of Luxembourg to Cabo Verde, H.E. Mrs Leonesa Fortes, minister of tourism, investment and business development of the Republic of Cabo Verde, H.E. Mr José Maria Neves, prime minister of Cabo Verde, H.E. Mr Carlos Semedo, ambassador of Cabo Verde to Luxembourg and Mr Carlo Thelen, general director of the Chamber of Commerce after the signing of the golden book.

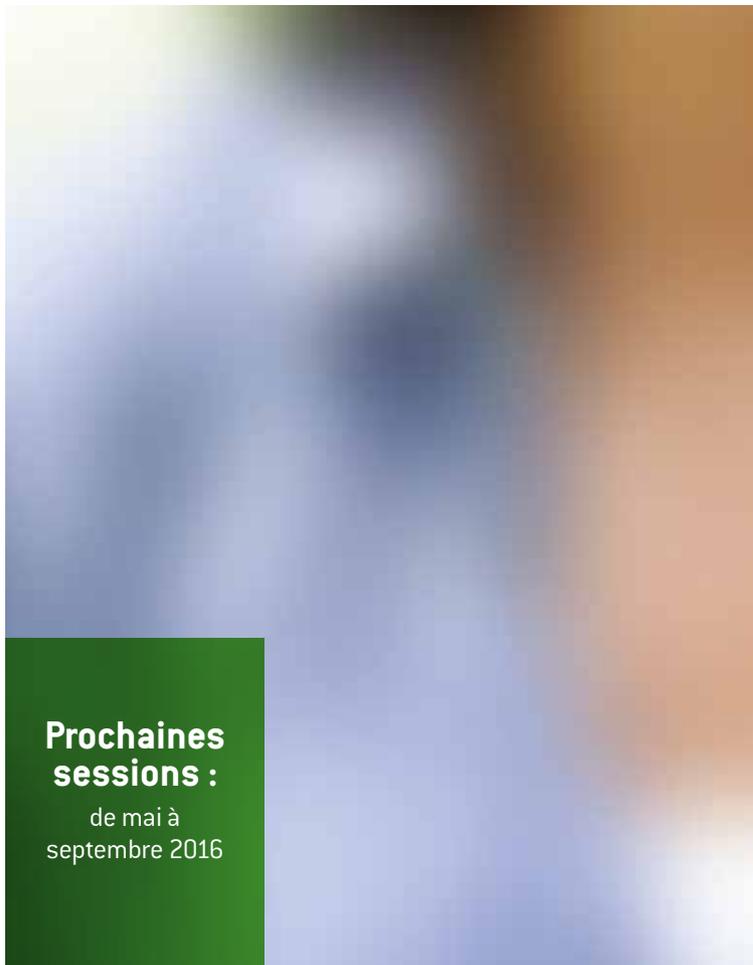


03.



06.

06. Recently, Cabo Verde has been chosen as one of the world's favourite tourist destinations and is considered one of the top ten countries to visit during next years, and where the tourism has grown the most in the past few years. Nowadays, the country is visited by approximately half a million tourists per year and the government's goal is to reach a million of tourists in 2020.



Prochaines sessions :

de mai à
septembre 2016

TALENT CHECK ✓

DÉTECTEUR DE TALENTS

Building your future together!

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

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



winwin.lu

JOURNÉE DE L'ÉCONOMIE

WHEN TALENTS CREATE VALUE

It is generally agreed that investing in talents is key to businesses success. Talents are increasingly considered to be a new performance indicator for companies as well as a competitiveness factor for countries. Last February, the Journée de l'Économie 2016 focused on the issues of attracting, growing and retaining talents. The event organised by the ministry of the economy, PwC and Fedil, in collaboration with the Chamber of Commerce, featured national and international experts who shared their experience and point of view with a very interested audience.

Photos: Arnaud de Villenfagne / PwC and Pierre Guersing (photo 2)



01.



02.



03.



04.



05.



06.

01. For its 10th instalment, the Journée de l'Économie keeps on striving to be an annual platform of reference for analysing and reflecting on various economic topics relevant to Luxembourg and the Greater Region area. The event does not target one particular audience, but aims at gathering entrepreneurs, representatives from public and private institutions, politicians and, more broadly, any economics-interested citizens alike.

02. The audience gathered a large number of participants from the private and public sector such as H.E. Carlos Pereira Marques, ambassador of Portugal; Claude Wiseler, deputy, president of the parliamentary group CSV; H.E. Guy Yelda, ambassador of France; Carlo Thelen, director general, Chamber of Commerce.

03. In the morning, one of the theme discussed was "Attracting talents: does the image of a country matter?" by Sasha Baillie, president of the nation branding committee, diplomatic advisor and deputy chief of staff to the deputy prime minister, ministry of the economy, here with François Mousel, director, PwC Luxembourg.

04. Different breakout sessions dealt with 3 majors topics: "Is Luxembourg ready for talents?", "Building talents for digital transformation" and "Developing initiatives towards economic migrations in Luxembourg" (Bénédicte Burioni, partner, PwC Luxembourg).

05. In the afternoon, a discussion panel exchanged over "How to attract, grow and retain talents in Luxembourg?" (Daniela Vincenti, editor-in-chief, EurActiv.com, Michel Beine, professor of economics, University of Luxembourg, Nico Binsfeld, CEO, House of Training, Jonathan Chaloff, policy analyst, international migration division, OECD, prof. Paul Evans, academic director of the Global Talent Competitiveness Index, Insead, and Valérie Massin, HR coordinator, ArcelorMittal).

06. Étienne Schneider closed the Journée de l'Économie 2016 in an official capacity.

Boucher-Traiteur en deuxième génération



NIESSEN

DEPUIS 1982

BOUCHERIE | TRAITEUR | MARIAGE

103, Grand-Rue | 9905 Troisvierges

T: +352 99 81 03

BIO-BOUCHERIE | BIO-TRAITEUR

137, Avenue Gaston Diederich | 1420 Luxembourg

T: +352 44 65 45

info@niessen.lu | www.niessen.lu



01. Comment se fait-il qu'à Luxembourg, 7% seulement des PME sont actives dans le commerce en ligne ? Et pourquoi 75% des transactions sur internet ne passent pas le cap du paiement et, du coup, ne se transforment pas en achats ? Voici deux des nombreuses questions soulevées lors de la grande conférence sur le commerce en ligne organisée le 1^{er} mars par la Chambre de Commerce en collaboration avec Digital Lëtzebuerg, la House of Training et Google Luxembourg.

02. Pour le Premier ministre Xavier Bettel, si de nombreux efforts ont été entrepris au cours des dernières années, notamment dans le domaine des infrastructures, il en reste énormément à faire, surtout au niveau de l'introduction des nouvelles technologies dans les entreprises et administrations, afin de pouvoir saisir les chances proposées par la révolution numérique.

01.

ATELIER DIGITAL LUXEMBOURG

L'E-COMMERCE PASSÉ À LA LOUPE

Le commerce électronique était au cœur des discussions le 1^{er} mars dernier à la Chambre de Commerce où les entreprises sont venues échanger sur les enjeux de ce mode de commerce devenu incontournable. Cette journée a été l'occasion de passer en revue les enjeux et les changements, parfois radicaux, auxquels commerçants et consommateurs sont confrontés et mettre en avant les formations proposées par la House of Training (www.houseoftraining.lu) dans ce cadre.

Photos : Robert Voirgard / Focalize



02.



03.



04.



05.

03. 04. Devant une salle comble, un panel de responsables d'horizons différents est intervenu sur le sujet en portant, chacun, un regard différent sur la problématique.

05. 06. Sous la modération de Fernand Ernster, vice-président de la Chambre de Commerce, la conférence s'est poursuivie avec des retours d'expériences d'un panel de commerçants actifs dans le commerce électronique. Si leurs sites respectifs sont des success-stories, les fondateurs de luxcaddy.lu, abitare.lu, yourshop.lu, welovetotravel et electronic-shop.lu, ont été unanimes à dire qu'une bonne dose d'enthousiasme, d'énergie et d'optimisme, de même qu'un certain capital de départ sont indispensables pour se lancer dans cette aventure.

07. 08. 09. Les échanges entre participants se sont poursuivis de manière informelle après une manifestation riche en interactions et en informations.

10. Les intervenants de cette journée (de g. à dr.): Thierry Geerts, country director BeLux de Google, Jean Diederich, président de l'Association des professionnels de la société de l'information (Apsi), Jacques Lorang (luxcaddy.lu), Carlos Quintas (electronic-shop.lu), Mina Nicola (yourshop.lu), Da Cunha Marco (electronic-shop.lu), Pierre Friob (abitare.lu), Fernand Ernster, vice-président de la Chambre de Commerce, Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, Tony Czajor (fibco.lu), Nico Binsfeld, CEO de la House of Training.



06.



07.



08.



10.



09.

MIPIM

L'IMMOBILIER INVESTIT LA CROISSETTE

Chaque année, lorsque les premiers rayons de soleil réapparaissent, les professionnels de l'immobilier du monde entier se donnent rendez-vous à Cannes à l'occasion du Mipim, le Marché international des professionnels de l'immobilier, avec près de 23.000 visiteurs, dont 400 luxembourgeois et 89 pays représentés. Le Luxembourg y était représenté du 15 au 18 mars pour la 11^e année consécutive avec un pavillon national réunissant 14 exposants.

Photos : Patrick Denton et MIPIMWorld (photo 10)



01.

01. Depuis 2005, la Chambre de Commerce rassemble sur un stand collectif au salon Mipim tous les acteurs luxembourgeois d'un secteur immobilier en croissance constante. Le principal objectif de cette présence est de faire connaître les possibilités offertes par le Luxembourg aux investisseurs étrangers et de contribuer à la promotion des acteurs du secteur immobilier luxembourgeois. (Photo : maquette du projet Esch-Belval)

02. 04. La santé pérenne du secteur immobilier au Grand-Duché s'est traduite en 2015 par un taux de vacance juste au-dessus de 4 % et par un montant des investissements dans le secteur de l'immobilier tertiaire ayant franchi le seuil du milliard d'euros.



02.



03.



04.



05.



06.



07.



08.



09.



10.

03. Le 17 mars s'est tenue la désormais traditionnelle réception officielle en présence du Vice-Premier ministre et ministre de l'Économie Étienne Schneider et de la députée et bourgmestre de la Ville de Luxembourg, Lydie Polfer, qui a dressé un rapide bilan de l'évolution de la capitale au cours de ces 10 dernières années.

05. Dans son discours, Étienne Schneider a rappelé les grands chantiers en cours au sein du gouvernement avec la réforme fiscale qui devrait entrer en vigueur début 2017 et les importants investissements en cours au niveau des infrastructures, avec près de 2 milliards d'euros qui seront investis dans ce domaine. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, a mis en avant les nombreux atouts de l'économie luxembourgeoise qui, parallèlement à son secteur financier florissant, a réussi à se diversifier dans plusieurs secteurs-clés dont l'ICT, les fintech, la logistique, les écotechnologies, les technologies de la santé et le secteur spatial.

(Photo, de g. à dr.: Étienne Schneider, Lydie Polfer, Carlo Thelen).
 06. 07. 08. 09. Le salon donne aussi l'occasion aux exposants luxembourgeois d'échanger entre eux et de s'informer des dernières tendances du marché.
 10. La prochaine édition du salon aura lieu du 14 au 17 mars 2017.

FORUM SÉCURITÉ-SANTÉ AU TRAVAIL

UNE GRANDE JOURNÉE ET UN ZÉRO AMBITIEUX !

Pour sa 10^e édition le 24 mars dernier, le Forum de la sécurité et de la santé au travail a proposé un programme alliant remise du Prix Prévention 2016, remise de certificats de travailleurs désignés et de coordinateurs de sécurité, stands et séance académique. À l'occasion de cette dernière, le chiffre « zéro » a pris une valeur toute positive et très ambitieuse avec l'annonce d'une nouvelle action nationale destinée à promouvoir la santé et la sécurité au travail dans une « vision zéro » - zéro mort, zéro blessé grave.

Photos : Emmanuel Claude / Focalize



01.



02.



03.



05.



04.



06.



07.

01.02.03. Le Prix Prévention 2016 est une initiative de l'Association d'assurance accident (AAA) et valorise des mesures ou produits particulièrement innovants dans le domaine de l'amélioration de la sécurité et de la santé au travail. Nicolas Schmit, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire, a récompensé les Voyages Josy Clément dans la catégorie des entreprises de moins de 50 salariés (photo 2) et Carlex Luxembourg dans la catégorie des entreprises de plus de 50 salariés (photo 3).
04.05. La Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et l'Institut de formation sectoriel du bâtiment (IFSB) ont organisé conjointement la remise des certificats de réussite des travailleurs désignés et des coordinateurs de sécurité et de santé sur chantiers temporaires ou mobiles.



08.

06. 07. Organisé dans le cadre de la Journée mondiale de la sécurité et de la santé au travail, le forum offre une plateforme unique aux entreprises souhaitant partager leurs expériences, bonnes pratiques ou s'informer des nouveautés en matière de prévention des risques.

08. Les organisateurs et partenaires du forum ont visité les stands (de g. à dr.): Georges Wagner, chargé de direction auprès de l'AAA, Claude Seywert, président de l'AAA, Romain Schneider, ministre de la Sécurité sociale, Nicolas Henckes, secrétaire général de l'INDR, et Jean-Jacques Rommes, président, administrateur-délégué de l'UEL.

09. LL.AA.RR. le Grand-Duc héritier et la Grande-Duchesse héritière ont également participé au forum. Ils ont été accueillis par Michel Wurth, président de l'UEL, Claude Seywert, Romain Schneider et Mars Di Bartolomeo, président de la Chambre des Députés.

10. LL.AA.RR. le Grand-Duc héritier et la Grande-Duchesse héritière ont ensuite visité le forum et sont allés à la rencontre des exposants (ici sur le stand de Stoll-Group).

11. Une séance académique s'est déroulée en fin de journée. À cette occasion, pour marquer le pas et sortir de l'état de stagnation des accidents du travail depuis les dernières années, les acteurs nationaux ont signé une charte nationale « vision zéro » pour redynamiser la sécurité et la santé au travail, laquelle se décline en trois objectifs pour la période 2016 à 2022. Les signataires de la charte présents lors de la séance académique: Romain Schneider, Nicolas Henckes, Michel Wurth, Carlos Pereira, membre du bureau exécutif de l'OGBL, Patrick Dury, président national du LCGB, et Claude Seywert.



09.



10.



11.

TRADE MISSION TO LONDON

INSPIRING VISIT OF LONDON'S TECH SCENE

London has been ranked number one city in Europe for supporting both start-ups and scale-ups in the European Digital City Index. 13 tech unicorns are based in London and in the city alone there are over 36 business accelerators as well as over 70 co-working spaces. To get a closer look to this burgeoning tech scene, the Chamber of Commerce, in collaboration with the Luxembourg embassy in London, the Belgian Luxembourg Chamber of Commerce in London (BLCC), and the Ministry of the Economy organised an inspiring trade mission from the 11th to the 12th of April 2016. On the second day, the Luxembourg delegation visited the Cloud Expo Europe: in 2017 Luxembourg will host a national pavilion at this ICT trade fair.

Text: Isabelle Plasschaert



01.



02.

01. "Level 39" is Europe's largest technology accelerator space for finance, retail and future cities technology companies. In just three years they have become synonymous with fintech. The accelerator is rare as it does not take equity in member companies.

02. More than 20 Luxembourg companies participated in the visit of London's burgeoning tech scene and support systems for different start-ups.

03. "Level 39" is located in Canary Wharf, one of the United Kingdom's two main financial centres. The next phase of Canary Wharf's development will introduce the first residential properties on the estate, unlocking new living and working opportunities in East London.



03.



04.



05.



06.



07.

04. 05. The Hangout is an incubation space that's been designed for student and graduate entrepreneurs from City University London who want to get their idea off the ground. The student members of the Hangout presented their latest projects to the delegation and gave additional information during the networking lunch.

06. 07. Mark Goldfinger, sales expansion lead London, presents "WeWork", the world's largest network of co-working space, which has grown rapidly to include 27 locations across seven major US cities, London, and Israel. The company's app, which serves as an internal directory and allows WeWork customers to communicate, also provides information on events like regular happy hours – touchstones of the work community it aims to foster. The start-up's backers liken it to sharing-economy firms rather than co-working space competitors.

08. The combination of a well-designed work environment and a well-curated work experience are part of the reason people who cowork demonstrate higher levels of thriving than their office-based counterparts.

09. 10. 11. Located in the cellars of the historic Somerset House, "Makerversity" is a London based working and learning space for start-up, making and manufacturing businesses, and applied learning opportunities. Their members have access to a range of fabrication and prototyping tools ranging from CNC routers, laser cutters and 3D printers, to saws, drills and sanders they also have spaces for events and learning facilities. Makerversity exists to support emerging practice, learning and employability, to provide opportunities for young people.



08.



09.



10.



11.

LABEL MADE IN LUXEMBOURG

« MADE IN LUXEMBOURG », TITRE DE FIERTE

La Chambre de Commerce a participé pour la huitième fois à la Foire de printemps du 22 avril au 1^{er} mai dernier à Luxexpo. Placée sous le thème « Passeport pour l'export », la présence de la Chambre de Commerce est cette année entièrement vouée au savoir-faire des entreprises luxembourgeoises. Point d'orgue de cet événement, une nouvelle promotion d'entreprises a reçu le label « Made in Luxembourg » à l'occasion d'une soirée aux couleurs du Grand-Duché.

Photos : Emmanuel Claude / Focalize



01.



02.



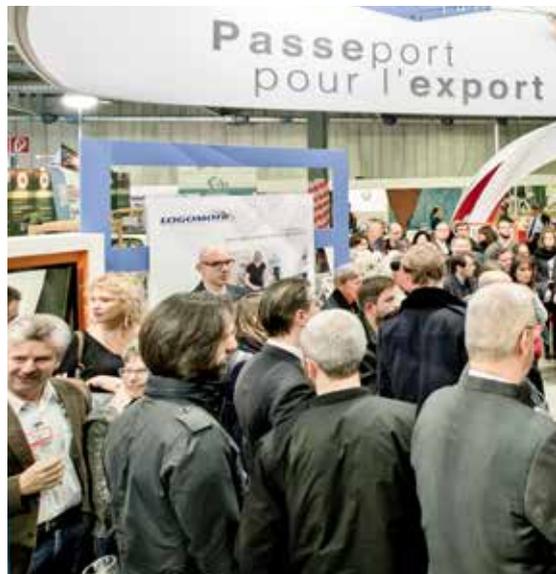
03.

01. 02. 03. Le label « Made in Luxembourg », constitué d'un nom et d'un logo, est une marque enregistrée depuis 1984 sur initiative du ministère des Affaires étrangères, de la Chambre de Commerce et de la Chambre des Métiers. Véritable outil de promotion pour les entreprises luxembourgeoises, il leur permet de se distinguer et sert à identifier l'origine luxembourgeoise de leurs produits et services.

04. 05. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce (photo 4) et Charles Bassing, directeur général adjoint de la Chambre des Métiers, ont remis les certificats aux entreprises nouvellement labellisées.



04.



05.





06.



07.



08.



09.

06. En tout, 96 entreprises ressortissantes de la Chambre de Commerce et de la Chambre des Métiers se sont vu remettre leur certificat.

07. 08. 09. Depuis la mise en place du label « Made in Luxembourg », près de 360 ressortissants de la Chambre de Commerce et plus de 250 ressortissants de la Chambre des Métiers ont demandé à recevoir le label.

10. 11. Depuis l'édition 2013, la Chambre de Commerce permet à ses entreprises membres, détentrices du label « Made in Luxembourg », de participer au stand collectif qu'elle met en place dans le cadre de la Foire de printemps.

Sur le stand, le formidable savoir-faire des entreprises luxembourgeoises est ainsi mis en avant.



10.



11.

CALENDRIER DES MANIFESTATIONS

12 mai 2016
Luxembourg (L)



Diversity Day Lëtzebuerg

Cet événement rassemble entreprises, organisations publiques et associations autour de la promotion de la diversité. Au programme de cette journée, de nombreuses actions seront menées au sein des entreprises et des organisations publiques du Grand-Duché afin de sensibiliser la population et de mettre en lumière les atouts de la diversité du pays.

Info: www.chartediversite.lu - info@chartediversite.lu - (+352) 26 25 80 13

25 mai 2016
Luxembourg (L)



Visite d'une délégation portugaise du secteur ICT

En étroite collaboration avec l'AICEP et l'ambassade du Portugal à Luxembourg, la Chambre de Commerce accueillera une délégation portugaise du secteur ICT. Lors de cette visite, un séminaire sera organisé, suivi d'une séance de matchmaking. Le but de cette journée est de promouvoir et approfondir les rapports économiques bilatéraux entre entreprises luxembourgeoises et portugaises.

Info: www.cc.lu rubrique Manifestations - (+352) 42 39 39 481

du 6 au 10 juin 2016
Athènes (G)



Salon Posidonia 2016

Le ministère de l'Économie, le Commissariat aux affaires maritimes et la Chambre de Commerce organisent un stand national du Luxembourg au salon Posidonia à Athènes. Ce salon constitue le point d'entrée en Méditerranée pour contacter les armateurs d'un pays qui détient la première flotte commerciale mondiale.

Info: www.cc.lu rubrique Manifestations

24 juin 2016
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires Allemagne, Suisse

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges.

Info: www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

24 juin 2016
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires Autriche

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges.

Info: www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

24 juin 2016
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires Australie, Nouvelle-Zélande

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges.

Info: www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

30 juin 2016
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires Bulgarie, Kazakhstan, Colombie

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges.

Info: www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

30 juin 2016
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires Canada

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges.

Info: www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

30 juin 2016
Luxembourg (L)

**Journée d'opportunités
d'affaires Canada**



30 juin 2016
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires Côte d'Ivoire, Congo, Kenya

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges.

Info : www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

8 septembre 2016
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires Croatie

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges.

Info : www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

du 4 au 6 octobre 2016
Munich (D)



Stand collectif au salon Expo Real 2016

Pour la 8^e année consécutive, la Chambre de Commerce installe un stand collectif au salon Expo Real, salon de référence pour tous les professionnels de l'immobilier. Ce salon 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.exporeal.com - exporeal2016@cc.lu - (+352) 42 39 39 316 / (+49) 30 26 39 57 26

20 octobre 2016
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires Royaume-Uni

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges.

Info : www.cc.lu rubrique Manifestations - joa@cc.lu - (+352) 42 39 39 310

8 novembre 2016
Luxembourg (L)



Entrepreneur's Day

Organisé dans le cadre des Journées création, développement et de reprise d'entreprises 2015, l'Entrepreneur's Day est une occasion unique d'obtenir des conseils personnalisés et de rencontrer les acteurs-clés de l'entrepreneuriat au Luxembourg : entretiens personnalisés sur rendez-vous, stands d'information et conférences.

Info : www.journees.lu - info@journees.lu

18 novembre 2016
Luxembourg (L)



Prix luxembourgeois de la Qualité et de l'Excellence

Le Mouvement luxembourgeois pour la Qualité et l'Excellence organise sa soirée annuelle de remise du Prix luxembourgeois pour la Qualité et l'Excellence. Ce prix est un challenge d'envergure nationale ouvert à toutes les entreprises, certifiées ou non et aux organismes d'utilité publique.

Info : www.mlqe.lu - info@mlqe.lu - (+352) 42 59 91 45 80

AGENDA

CALENDRIER DES FORMATIONS

Assurances			
Comptabilité	IFRS - Leur application aux sociétés d'assurance	07.07.2016 Cours du jour	
Banques et finance			
Legal & regulatory framework of the financial sector	Priips - Latest evolutions	24.05.2016 Cours du jour	
	Priips - Dernières évolutions	25.05.2016 Cours du jour	
	Mifid II - Final sprint	01.06.2016 Cours du jour	
	Mifid II - Final sprint	02.06.2016 Cours du jour	
Investment funds	Investment policies and restrictions in Ucits - Fundamentals	06.06.2016 Cours du jour	
Commerce			
	La création d'entreprise et les démarches administratives rattachées	14.06.2016 Cours du jour	
	Accès aux professions du commerce non autrement réglementées - Initiation à la gestion d'entreprise	25.06.2016 Cours du jour	
Construction			
Architecture et ingénierie-conseil	Archi Skin : matériaux et technologies émergentes pour les façades	27.05.2016 Cours du jour	
	Menuiseries extérieures : évolutions et critères de choix des matériaux	03.06.2016 Cours du jour	
Énergie et construction durable	International zertifizierter Passivhaus Planer / Berater	06.10.2016 Cours du jour	
Modélisation numérique de la construction	Dématérialisation des marchés publics	05.07.2016 Cours du jour	
Horeca			
	Zugang zu einem Beruf des Hotel - und Gastgewerbes (horeca)	28.05.2016 Cours du jour	
	L'hygiène dans le secteur de l'horeca, de l'industrie alimentaire et autres secteurs : nettoyage, rinçage et désinfection	01.06.2016 Cours du jour	
ICT			
IT Framework/Technology	Tipa assessor for Itil & Tipa lead assessor	06.06.2016 Cours du jour	
	Troubleshooting and maintaining Cisco IP networks (TSHOOT)	27.06.2016 Cours du jour	
e-commerce	Protéger les données de ses clients en e-commerce	29.09.2016 Cours du jour	
	Les régimes spécifiques fiscaux du e-commerce	28.06.2016 Cours du jour	
Immobilier			
	Le compromis de vente : obligations, clauses et résiliation	24.05.2016 Cours du jour	
	Quels sont les délais de prescription et d'action auxquels se trouvent confrontés les constructeurs ?	14.06.2016 Cours du jour	
Industrie			
	Spezifisches Weiterbildungsangebot für die Luxemburger Industrie	25.05.2016 Cours du jour	
	Offre de formations spécifique pour l'industrie luxembourgeoise	30.05.2016 Cours du jour	

Transport et logistique			
	Dispositions actuelles en matière de réglementation sociale dans le secteur des transports par route	26.05.2016 Cours du jour	
	Enjeux économiques, juridiques et financiers du secteur maritime	10.10.2016 Cours du jour	
Capital humain			
Gestion et développement des ressources humaines	Gestion et calcul des rémunérations - Perfectionnement	14.06.2016 Cours du soir	
Développement personnel	Selbst-, Zeit- und Stressmanagement	20.06.2016 Cours du jour	
Leadership & management	Management d'une équipe	25.05.2016 Cours du jour	
Comptabilité			
	Gestion de trésorerie et financement d'entreprise	02.06.2016 Cours du jour	
	Opérations hors-bilan - C.2.2	02.06.2016 Cours du soir	
	Consolidation des comptes - C.2.4	06.06.2016 Cours du soir	
	Perfectionnement en comptabilité informatisée avec SAGE BOB 50	07.06.2016 Cours du soir	
Droit			
	Les contrats commerciaux	09.06.2016 Cours du soir	
	La maladie du salarié	22.09.2016 Cours du soir	
	Initiation au droit des sociétés	27.09.2016 Cours du jour	
Fiscalité			
	Implications fiscales de la structure juridique de l'entreprise	03.10.2016 Cours du jour	
	Travailleurs frontaliers : gestion et enjeux fiscaux et sociaux	19.10.2016 Cours du jour	
	Application de la TVA : les cinq questions à se poser	25.10.2016 Cours du jour	
Gestion d'entreprise			
Création et gestion d'entreprise	Accès aux professions du commerce non autrement réglementées - Initiation à la gestion d'entreprise	28.05.2016 Cours du jour	
e-archiving	L'archivage électronique : fondamentaux et réalité juridique	17.06.2016 Cours du jour	
Gestion de projet	Applied project management	14.06.2016 Cours du jour	
Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)	RSE et évaluation ESR : introduction au guide ESR « Entreprise socialement responsable »	05.10.2016 Cours du jour	
Innovation			
	Devenez ambassadeur de la créativité	14.06.2016 Cours du jour	
	Boostez l'expérience utilisateur (UX) de vos services	21.06.2016 Cours du jour	
	Réalisez vos objectifs stratégiques en mettant en place une démarche d'innovation spécifiquement adaptée à votre entreprise	27.06.2016 Cours du jour	
Sécurité et santé au travail			
Travailleur désigné en matière de sécurité et de santé au travail	Travailleur désigné en matière de sécurité et de santé au travail - Groupe A	24.05.2016 Cours du jour	
Coordinateur de sécurité et de santé sur les chantiers temporaires ou mobiles	Organisation en matière de premiers soins, interventions d'urgence, d'incendie et d'ergonomie sur les chantiers	02.06.2016 Cours du jour	
Premiers secours	Initiation aux gestes de premiers secours	29.06.2016 Cours du jour	
Marketing & sales			
	Perfectionnement aux techniques de communication en entreprise	02.06.2016 Cours du jour	
	Comment établir une relation efficace avec la presse et les médias luxembourgeois ? Bonnes pratiques et erreurs à éviter	02.06.2016 Cours du jour	
	Parfaire votre accueil téléphonique et améliorer l'image de l'entreprise	27.06.2016 Cours du jour	

INDEX

A

ABBL **44**
ACA **42**
Accellion **20**
Accenture **72**
Adem **26, 43**
Agence du réseau transeuropéen de transport (TEN-T) **47**
Alfi **42**
ALGSO **43**
Antevita Films **42**
Anthemis éditions **15, 16**
App-Sandering Jana **23**
Apple **72**
APSFs **34**
Aral Luxembourg **26**
ArcelorMittal **12, 58, 112**
Arthur Welter Transports **81**
Association d'assurance accident **78, 116**
Association internationale du transport aérien (IATA) **54**
Association luxembourgeoise des étudiants en médecine **78**
Association pour la vente directe au Luxembourg **42**
atHome Group **10**
Axa Luxembourg **16, 42**

B

Baillie Sasha **58, 112**
Banco Popolare Luxembourg **24**
Banco Popolare Societa Cooperativa **24**
Banque Degroof Luxembourg **15**
Banque Havilland **24**
Banque Raiffeisen **24**
Becker Daniel **42**
Beine Michel **58, 112**
Belle Étoile **15, 24**
Berwick Alain **22**
Bike43 **10**
Bil **10**
Binsfeld Nico **58, 112**
BMW **20**
Boekhoudt Guus **15**
Bollig **28**
Bosch **14**
Brasserie nationale **10**
Brasserie restaurant Lion d'Or **6**
Broadcasting Center Europe (BCE) **12**
Brunel Julien **92**
BSH Électroménager **14**
Buck Nicolas **18**
Bundesvereinigung Logistik (BVL) **53**
Burioni Bénédicte **112**
Business Sweden **27**

C

Cactus **23, 34, 43**
Cargolux **52, 80**
Caritas Luxembourg **10**
Carlex Luxembourg **116**
Carré **43**
Centre national de formation professionnelle continue (CNFPC) **51**
Cerba European Lab **102**
Cerba HealthCare **102**
Cercle Münster **96**
Certipaq **23**
CFL multimodal **55**
Chaloff Jonathan **58, 112**
Chambre de Commerce **10, 18, 26, 27, 28, 30, 32, 38, 40, 43, 44, 58, 68, 70, 80, 92, 104, 112, 114, 116, 130**

CHAMP Cargosystems **81**
Chayé Rémi **22**
Choury Amal **34**
Cipollitti Carlos **104**
Clark Sean **42**
clc **18, 27, 36, 42, 44**
Closener Francine **27, 34, 36, 40**
Cluster for Logistics **47, 49**
Cluster Mice **38**
Coca-Cola **43**
Cocottes **6**
Commission européenne **28, 62**
Connected Rope **40**
Conseil économique et social **42**
Cool Chain Association (CCA) **53**
CSSF **34, 38**

D

Dachser **20**
Damgé Stéphanie **58**
Davila Levy Nathalie **96**
De Bruyne Geert **6**
De Callatay Etienne **6**
Decker Luc **80**
DeepDye **22**
Dekra **16**
Delé François **104**
Deloitte **70**
Detaillé Michèle **22**
Di Bartolomeo Mars **116**
Dickstein Marianne **15**
Dior **23**
Dobrzensky Philippine **23**
Dondelinger Nathalie **22**
Dury Patrick **116**

E

E-commerce Europe **52**
e-Kenz **34**
East-West United Bank **42**
EBRC **34**
Ecker Serge **96**
eCOM.lu **46**
Éditions Promoculture-Larcier **12**
Elvinger René **18**
Émeline Altmeyer **92**
Ernster Fernand **18, 36**
Erpelding Jeannot **28**
EST'elles Executive **28**
Eurocloud Luxembourg **53**
European Logistics Association (ELA) **46**
Evans Paul **58, 112**
Ewos **40**
Executive Lane **16**
EY Luxembourg **18**

F

Fabrique d'Images **42**
Fédération des artisans **36**
Fédération des Herdbooks luxembourgeois (Convis) **23**
Fédération des jeunes dirigeants **18**
Fedib **43**
Fedil **18, 34, 44, 58, 74, 112**
Ferroknepper Buderus **14**
Finance & Technology Luxembourg **34**
FLEAA **28**
FMI **76**
Fondation IDEA **68, 76, 78**

Fondation Podsolnukh-Tournesol **42**
Fondatioun Kribskrank Kanner **24**
Friob Pierre **54, 55**
Fritz Henßler Berufskolleg **10**

G

General Technic **15**
Giabbani David **12**
Gidenne Stéphane **102**
Gilissen Theodoor **14**
Gilles Peter **38**
Global Airlift Solutions **81**
Goeres Robert **18**
Goodyear **36, 104**
Goodyear Charles **104**
Goodyear Innovation Centre Luxembourg **104**
Google **72, 88**
Goossens Jacky **6**
Graceffa Joey **88**
Gramegna Pierre **6**
Guardian Glass Europe **15**
Gueguen Max **96**

H

Hauff Joe **81**
Hellmich Walter **23**
Henckes Nicolas **116**
Hirtt Jacques **18**
Ho Cassey **88**
Hoffmann Gérard **18**
Horesca **38**
Horlogerie Goeres **18**
Hôtel Le Royal **96**
Hôtel Sofitel Kirchberg **23**
Hotrec **38**
House of Entrepreneurship **58**
House of Training **58**
Houser **40**
HRT (Hrvatska radiotelevizija) **12**
Hubatschek Rafael **26**
Hughes Howard **88**

I

Iacocca Institute **38**
IASB **20**
ICN Business School **92**
ICTLuxembourg **18, 44**
IEE **20, 36**
IFSB **116**
ILEA **36**
INDR **26**
INFPC **34**
ING **16**
Insead Business School **58, 68, 112**
Insinger de Beaufort **14**
Institut supérieur de l'économie (Isec) **51, 58**
Institute for Management Development **68**
Ittah Patrick **16**

J, K

Jass David **10**
Jonk Entrepreneuren Luxembourg **26, 34, 58**
Juliette Films **42**
KBL European Private Bankers (KBL epb) **14**
Keusters Patrick **6**
Klap **40**
Klein Maurice **10**

Dans cet index sont reprises les entreprises et les **personnalités** citées dans ce magazine.

Kliber **22**

Klump Rainer **58**

Koepp François **36**

Kuehne + Nagel Luxembourg **23**

Kyncl Robert **88**

L

La Malle de Lux **23**

Labgroup **14**

Laboratoire luxembourgeois d'immuno-pathologie (LLIP) **102**

Laboratoires Ketter **102**

Laboratoires Ketterthill **102**

Laboratoires Thill **102**

Lambert Arnaut **81**

Laurent Pierre-Antoine **96**

Lazar Shira **88**

LCGB **26, 116**

Le Foyer **18**

LeasePlan **24**

Legitech **10**

Leonard Maurice **74**

Lifelong Learning Center **51**

Logistics in Wallonia (LIW) **57**

Luca **43**

Luxair **12, 43**

Luxair Cargo **56**

Luxaviation **23**

Luxdevelopment **27**

Luxembourg Automotive Campus **36, 104**

Luxembourg Automotive Components Cluster **36**

Luxembourg Cargo Agency **80**

Luxembourg Centre for Logistics **51, 58**

Luxembourg Competitiveness Observatory **58**

Luxembourg Freeport **49**

Luxembourg House **96**

Luxembourg School of Finance **26**

Luxemburger Wort **96**

Luxinnovation **36, 38, 44, 80**

Lycée technique agricole d'Ettelbruck **10**

M

Maâ-Ouil **100**

Maaoui Samira **100**

Massachusetts Institute of Technology **58**

Massard Marie-Hélène **42**

Massin Valérie **58, 112**

Mc Cormack Sean **42**

MCAC **10**

McDonald's **43**

Meisch Claude **34**

Melusine Productions **42**

Mercedes **16**

Mertz Jean-Michel **10**

Ministère de l'Économie **18, 27, 36, 51, 81**

Ministère de la Coopération et de l'Action humanitaire **27**

Ministère du Développement durable

et des Infrastructures (MDDI) **51**

Mittal Steel **12**

Moore Tomm **42**

More & More **24**

Mousel François **112**

Muséal **96**

Musée d'Histoire de la Ville de Luxembourg **96**

Musée d'Orsay **88**

Musées de France **96**

MyScienceWork **22**

N, O

Nash Kevin **23**

Nati-Stoffel Marianne **42**

No-Nail Boxes **22**

Nomoko **40**

Numen Europe **14**

Nutri-Bay **92**

nyuko **10, 43, 92**

OCDE **58, 62, 68**

OGBL **26, 116**

Orcadia Asset Management **6**

P

Parjouet Evelyne **6**

Parjouet Jérémmy **6**

Parkhouse John **58**

Patek Philippe **18**

Paul Anne (M^e) **57**

Paul Wurth InCub **12**

Pereira Carlos **116**

Pereira Marques Carlos **112**

Petercam Luxembourg **15**

Pharma and Healthcare center **49**

Pilates **88**

Pinheiro Gil **42**

Podsolnukh Tournesol **26**

Polfer Lydie **114**

Poncé Marc **20**

Post **43, 49**

Post Finance **24**

PwC **58, 112**

R

Ramborn Cider Co. **23**

Raybaut Jako **42**

Reckinger Michel **36**

Réserve fédérale américaine **76**

Reding Yves **34**

Registre de commerce et des sociétés **38**

Richelle Etienne **10**

Rogozine Dmitri **40**

Rolex **18**

Rommès Jean-Jacques **116**

RTL **22**

Russian Club Luxembourg **26**

S

Sales-Lentz **16**

Sales Jos **28**

Salesforce **16**

Samsa Film **42**

Schilling Frank **28**

Schiltges Daniel **80**

Schiltz Fernand **23**

Schiltz Luc **42**

Schmit Nicolas **116**

Schneider Étienne **15, 23, 40, 58, 112, 114, 116**

Schuller Jean-Louis **42**

Seiberling **104**

Service contrôle qualité interne de la Carnesa **23**

Seywert Claude **116**

Siemens **14**

SNCI **28**

Sodexo **20**

SOS Villages d'enfants monde **26, 42**

Sources Rosport **10, 43**

Sport50 **40**

Stoll Group **116**

Strock Romain **38**

Su Bernie **88**

Suez Environnement **92**

T

Tango **15**

Tarantula Distribution **22**

Telindus **20**

Thelen Carlo **18, 58, 104, 112, 114**

Theves Tom **18**

Thiébaux Pascal **42**

Thill François **28**

Thommes Camille **42**

Thoss Roger **32, 104**

Total Luxembourg **24**

Tschirhart Eric **14**

TU München-Weihenstephan **10**

U, V

Uber **72**

UEL **26, 43**

Uni **14, 26, 28, 38, 58, 68, 80, 102**

Unicef **16**

Université de Strasbourg **51**

Université Panthéon-Assas Paris **51**

University of Renmin **80**

University of Shandong **80**

University of Tongji **80**

UpCRM **16**

Uygur Cenk **88**

Valaize Nicolas **92**

Van Dormael Jaco **42**

Van Meeuwen Alex **40**

van Toorn Dimitry **54**

Verbeke Luc **16**

VIL (Vlaams Instituut voor de Logistiek) **57**

Ville de Luxembourg **96**

Ville Sandrine **57**

Vincenti Daniela **112**

Visual Scaffolding **40**

Voss Denise **42**

Voyages Josy Clément **116**

W, Y, Z

Wagener Danièle **96**

Wagner Christophe **42**

Wagner Georges **116**

Wagener Marc **130**

Wallenborn **80**

Wang Xue Yang **26**

Welter Arthur **56**

Welter Viviane **80**

Wildgen **22**

Winkin René **74**

Wiseler Claude **112**

Wojcicki Susan **88**

Wolters Kluwer **20**

Wood Optic Diffusion **74**

World Economic Forum **68**

World Trade Institute **74**

Wurth Michel **116**

Yanfeng **20**

Yelda Guy **112**

YouTube **88**

Zeit Productions **42**

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
ISSN: 2418-4136

RÉDACTION
Téléphone: (+352) 42 39 39 380

Fax: (+352) 43 83 26

E-mail: merkur@cc.lu
Homepage: www.merkur.lu
**CHAMBRE DE COMMERCE
DU GRAND-DUCHÉ DE
LUXEMBOURG**

 7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg

ABONNEMENTS
Pour tout abonnement, merci
de vous rendre sur le site :
<http://www.cc.lu/merkur/abonnement>
FORMULE STANDARD

6 numéros / an

Membres de la Chambre
de Commerce: gratuit

Non-membres: 15 euros / an

RÉDACTEUR EN CHEF

 Patrick Ernzer - patrick.ernzer@cc.lu
RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE

 Corinne Briault - corinne.briault@cc.lu
RÉDACTION

 Catherine Moisy - catherine.moisy@cc.lu

Marie-Hélène Trouilleux -

marie-helene.trouilleux@cc.lu

 Edouard Lehr - edouard.lehr@cc.lu

 François Nenon - francois.nenon@cc.lu
ILLUSTRATION
DE LA COUVERTURE

Brian Miller

COLLABORATIONS

 Na Shi, Noémie Richoux, Fondation IDEA,
Affaires économiques, Chambre de Commerce

RETOUR EN IMAGES

coordonné par François Nenon

PHOTOGRAPHES

 Laurent Antonelli, Charles Caratini,
Emmanuel Claude, Patrick Denton,
Pierre Guersing, Gaël Lesure, Robert Voigard,
Gabriela Hasbun 2014 / Redux / The Interview
People, Isabelle Plasschaert, Arnaud de
Villenfagne, Michel Zavagno

CONCEPTION GRAPHIQUE
DU POSTER

 Graphisterie Générale
et Chambre de Commerce

MAISON MODERNE

 10, rue des Gaulois
Luxembourg-Bonnevoie

Téléphone: (+352) 20 70 70-300

Fax: (+352) 26 29 66 20

E-mail: mediasales@maisonmoderne.com
www.maisonmoderne.com
RÉGIE PUBLICITAIRE

Maison Moderne

DIRECTEUR ASSOCIÉ

Francis Gasparotto (-301)

SALES MANAGER
MAGAZINES ET GUIDES

Vincent Giarratano (-321)

CHARGÉS DE CLIENTÈLE

Thomas Fullenwarth (-320)

ASSISTANTE COMMERCIALE

Céline Bayle (-303)

ADMINISTRATION

Isabelle Ney (-014)

DIRECTION ARTISTIQUE
ET MISE EN PAGE

Maison Moderne

IMPRESSION

Imprimerie Centrale

TIRAGE

32.500 exemplaires


Please Recycle

 Finished reading this publication?
Archive it, pass it on or recycle it.

COMMUNIQUÉS DE PRESSE
merkur@cc.lu
PROCHAINE ÉDITION

05 juillet 2016

**DATE LIMITE D'ENVOI
DE MATÉRIEL POUR
LA PROCHAINE ÉDITION**

17 juin 2016

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 2016 – 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


« Vous êtes dirigeant d'entreprise?
Avez-vous déjà pensé à vous faire accompagner? »



REJOIGNEZ LA PROMOTION 2016!
DÉPÔT DE DOSSIER JUSQU'AU 16/09/16

PARTICIPEZ AU PROGRAMME BUSINESSMENTORING:

- ✓ Apprenez au contact d'un dirigeant expérimenté (mentor)
- ✓ Prenez du recul et découvrez de nouveaux angles de vue pour aborder le pilotage de votre activité
- ✓ Perfectionnez vos compétences de gestionnaire
- ✓ Accélérez votre processus décisionnel

DÉJÀ 85 ENTREPRENEURS ACCOMPAGNÉS... POURQUOI PAS VOUS?

Découvrez leurs témoignages sur www.businessmentoring.lu

**PROGRAMME D'ACCÈS GRATUIT, ENCADRÉ PAR DES
RÈGLES D'ÉTHIQUE ET DE CONFIDENTIALITÉ**

MODALITÉS DE PARTICIPATION

Inscription et critères de sélection sur www.businessmentoring.lu
Dépôt de candidature en ligne jusqu'au **16 septembre 2016**

CONTACT

businessmentoring@nyuko.lu
Rachel Gaessler



PARCE QUE RIEN, NE PEUT
REMPLENER L'EXPÉRIENCE !

BusinessMentoring est un programme
créé par la Chambre de Commerce



175^e 1841-2016
anniversaire

SAUVONS SCHENGEN, SAUVONS L'EUROPE

L'Europe passe d'une crise à l'autre : financière, économique, des dettes souveraines, des réfugiés. Elle éteint les incendies au jour le jour, sans pour autant réussir à étouffer les étincelles. Résultat des courses : un référendum par-ci (défini sur le plan national mais *de facto* assortissant ses effets sur toute l'Union), des contrôles aux frontières par-là, des accusations... les ingrédients d'un *perfect storm* mijotent dans la marmite.

En tant que Luxembourgeois, nous n'osons pas imaginer ce qu'un retour en arrière de l'Europe peut signifier. L'Europe c'est notre arrière-cour, notre marché, notre espace de vie. L'Europe s'est construite peu à peu, comme Schuman l'a prévu. Le charbon et l'acier, le marché unique, Schengen, l'euro, le mécanisme de stabilité... Les approfondissements et les élargissements successifs ne se sont faits sans discussions, tergiversations et marchandages. Mais ils se sont faits. Et si progrès il y a eu, nous ne sommes jamais revenus en arrière.

Aujourd'hui, nous sommes sur le point de défaire une étape d'intégration en remettant en question l'une de nos quatre libertés fondamentales : la libre circulation des personnes. Sans elle, il ne peut y avoir ni marché unique ni citoyenneté européenne. Sans elle, l'édifice européen risque de s'écrouler, avec un effet domino dévastateur.

Si la tentation est grande de proposer des « solutions » (nationales) faciles face à des problèmes complexes, je ne suis pas certain que les personnes invoquant ces remèdes soient conscientes de la portée de leurs paroles. L'UE est l'une des régions les plus développées socialement et économiquement. Ses membres dépendent l'un de l'autre, sont « *unis dans la diversité* ».

Détricoter la libre circulation, c'est détricoter la fluidité du marché unique. Pertes de temps aux frontières, disruption des flux logistiques, fragmentations des



marchés rimant avec moins de compétitivité, de productivité et donc de niveau de vie... les répercussions économiques sont multiples et se renforcent entre elles. Une perte de 10 à 20 % sur le commerce intra-européen en cas de rétablissement de contrôles permanents aux frontières comme le pronostique France Stratégie pourrait coûter au Luxembourg (à 15 %) 1,2 milliard d'euros, ce qui revient à 2,3 % du PIB ou près de 10 % en termes d'exportation de biens (en sachant que la valeur totale des exportations luxembourgeoises vers la zone euro s'élève à 8 milliards d'euros et en supposant le *statu quo* en matière de services, qui représentent plus de sept fois le volume des biens exportés...).

En UE, la perte pourrait monter à 110 milliards d'euros en 10 ans. Au Grand-Duché, en supposant une réduction de même ampleur de l'emploi, l'économie détruirait à terme 11.000 postes. Les effets économiques ne s'arrêtent pas là pour autant : en 2015, les non-résidents ont consommé pour 4,2 milliards d'euros au Luxembourg, contre 1,2 milliard dans le sens inverse. En appliquant les mêmes 15 % à l'écart de 3 milliards, 450 millions d'euros de consommation seraient perdus, avec comme corollaire moins d'activité économique, d'emplois et de taxes.

Ces considérations socio-économiques ne sont qu'un revers de la médaille. L'Europe, ce n'est pas seulement la rationalité économique. C'est aussi (et avant tout) une voix qui porte en faveur de l'économie sociale du marché et en faveur de normes sociales et environnementales fortes. C'est un projet politique. Pour la « génération Erasmus », l'absence de frontières est une évidence. Le fait de vivre, étudier, travailler dans plusieurs États remplit la citoyenneté européenne de vie, crée une européanisation de fait.

Europe à la carte, cavaliers seuls d'une part, affermissement de l'Europe, résolution commune des défis d'autre part : les deux ne peuvent coexister. Les 28 États n'ont pas les réponses, ni par rapport à la crise migratoire (sachant que la vraie crise a lieu dans les pays d'origine des réfugiés et non pas dans les pays d'accueil...), ni à la mondialisation, ni aux enjeux climatiques, technologiques ou encore sécuritaires. Une Europe unie pèse (encore) sur l'échiquier mondial et peut proposer au moins des éléments de réponse. Le repli sur soi, le protectionnisme... n'ont jamais abouti à quelque chose de positif. ●

Marc Wagener
directeur Affaires économiques
à la Chambre de Commerce

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.“



UNTERNEHMENSGRUPPE
LUXPORT
MERTERT

Luxport S.A.

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

Direction du Port

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

Il y a les petits
corners.

Et il y a les **Business Corners** de POST

Des espaces 100% dédiés aux PME et indépendants pour bénéficier de conseils et découvrir des solutions pratiques à la hauteur de vos ambitions.

Prenez rendez-vous dès maintenant !



**Nouveau
au Kirchberg**

Business Corner Kirchberg • 33 A, John F. Kennedy • tel. 2462 4003
ou businesscorner-kirchberg.telecom@post.lu

Business Corner Cloche d'Or • 2, rue Emile Bian • tel. 2462 4001
ou businesscorner-cloche.telecom@post.lu

Business Corner Ettelbruck • 2c, avenue Lucien Salenty • tel. 2462 4002
ou businesscorner-ettelbruck.telecom@post.lu

www.post.lu

