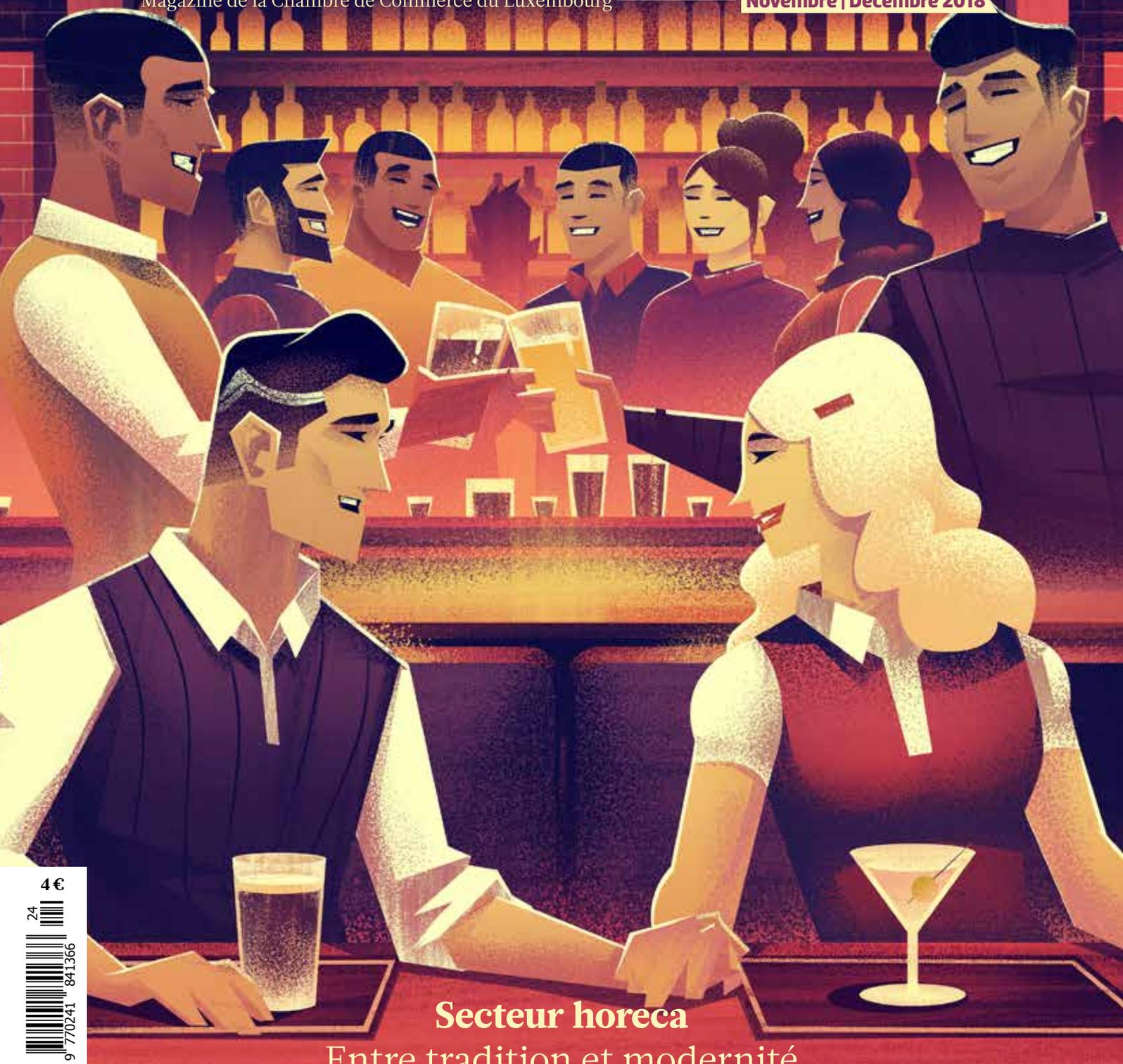


MERKUR

Magazine de la Chambre de Commerce du Luxembourg

Novembre | Décembre 2018



Secteur horeca

Entre tradition et modernité

4€



9 770241 841366



ConnectedOffice Essentials



Assistance
24/7

L'essentiel pour communiquer de façon professionnelle
avec vos clients et développer votre activité !



www.post.lu • 8002 4000



LE BON SENS (ÉCONOMIQUE) N'A PAS DE COULEUR (POLITIQUE)

Les électeurs ont fait leur choix et le formateur du nouveau gouvernement est probablement déjà à l'œuvre pour composer le futur exécutif. Qu'il y ait changement ou non dans le kaléidoscope politique, la Chambre de Commerce restera fidèle à son principe de neutralité politique, et le prochain gouvernement pourra compter, comme ses prédécesseurs, sur un partenaire fiable, constructif et critique, promouvant un environnement attractif et *business friendly* et soutenant la création et le développement des entreprises au Grand-Duché. Avec



Avec la Chambre de Commerce, le prochain gouvernement pourra compter, comme ses prédécesseurs, sur un partenaire fiable, constructif et critique.



plus de 90.000 entreprises membres qui produisent plus de 80 % de la richesse nationale, avec l'aide des trois quarts des salariés que compte notre économie, la Chambre de Commerce demeure le porte-parole légitime et crédible de l'économie et des entreprises. Elle soutient ces dernières dans leurs intérêts communs et préoccupations quotidiennes et elle en fait part aux autorités publiques. Tout naturellement et sans filtre.

Comme le veut une tradition bien établie, la Chambre de Commerce a remis au formateur et en avant-première ses propositions

de politiques publiques pour la prochaine législature, publication qui fait l'objet d'un résumé dans les colonnes de ce *Merkur*. Une feuille de route innovatrice, fédératrice et transversale, qui s'inscrit dans l'intérêt économique général et qui comporte des propositions inédites.

Inédites, parce que la Chambre de Commerce, après avoir été un partenaire-clé du gouvernement dans la définition d'une nouvelle stratégie économique, la Troisième Révolution Industrielle (TIR) – donc la définition du « quoi » et du « pourquoi » –,

propose maintenant des pistes concrètes sur le « comment » : comment assurer la double transition numérique et écologique ? Comment transformer un modèle linéaire en un modèle circulaire ? Comment négocier le virage de la croissance qualitative ? Et : comment l'État devrait-il s'organiser pour être un facilitateur et un accélérateur de la transition ?

Dans ses recommandations, la Chambre de Commerce met tout naturellement les PME au centre de ses préoccupations, alors qu'elle en est le plus important représentant

et porte-parole. Ce sont les PME qui ont le plus besoin d'être écoutées, aiguillées, soutenues. Elles doivent pouvoir compter sur une main-d'œuvre qualifiée, des procédures administratives plus courtes et une administration accessible, un environnement aux coûts compétitifs, des infrastructures modernes, des modèles organisationnels du travail fluides, perméables et adaptables – à rebours d'un carcan de règles rigides et non adaptées à leur environnement dynamique et concurrentiel. Elles sont jeunes ou moins jeunes, traditionnelles ou « startups » et elles sont le moteur du développement et du redéploiement économiques. Penser à elles, c'est penser à 99 % des entreprises, à 68 % de l'emploi total et à 70 % de la richesse produite sur le sol luxembourgeois. Elles méritent donc bien cette attention.

Au-delà des entreprises (et de l'esprit d'entreprendre qui en est à la base), le Luxembourg doit conserver son ouverture, son dynamisme et sa fiabilité. L'État doit s'investir pour l'Europe et renoncer aux tentatives protectionnistes. Il doit persévérer dans la voie de la coopération et du multilatéralisme et renoncer aux cavaliers seuls et aux tendances du repli sur soi. Il doit appréhender l'environnement qui l'entoure, car le Luxembourg n'est pas une île, ni géographiquement, ni économiquement parlant.

La mobilisation des opportunités autour de la révolution numérique, la transition écologique et la mobilité intelligente est au cœur de la TIR. La mise en musique de cette stratégie présente une opportunité unique pour remettre l'économie sur un piédestal de la soutenabilité à long terme, en optimisant l'utilisation de ressources et en réalisant, partant, des gains de productivité généralisés dont bénéficiera en fin de compte toute la collectivité.

Les choix électoraux sont faits, concrétisons les bonnes paroles dès aujourd'hui et préparons le Luxembourg de demain. ●

Carlo Thelen

Directeur général
de la Chambre de Commerce

MERKUR

Novembre | Décembre 2018

06 — 40 NEWS

06 ENTREPRISES

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

26 INSTITUTIONS

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

54 — 66 ÉCONOMIE

54 20^e Actualité & Tendances

Recommandations au formateur du gouvernement

60 Revenu d'inclusion sociale

Une réforme a minima ?

62 Publication de l'OCDE

Regards sur l'éducation 2018

66 Le chiffre du mois

La nouvelle frontière du Luxembourg

68 — 69 ÉCLAIRAGE JURIDIQUE

68 Les restrictions de concurrence

Contexte et perspectives



42 — 53

DOSSIER

Secteur horeca

Entre tradition et modernité

Près de 20.000 personnes travaillent au Luxembourg dans le secteur horeca. Si globalement le secteur se porte plutôt bien et continue à offrir d'intéressantes opportunités d'affaires et possibilités d'épanouissement professionnel, les défis restent nombreux.



POSTER

Hôtels, cafés, restaurants...
Retrouvez dans le poster détachable en fin de magazine les chiffres-clés de l'industrie de l'horeca au Grand-Duché de Luxembourg.

FICHE IDEA

FICHE DÉTACHABLE N° 14:

État: que paie-t-on ?
Pour quoi ?



74 — 78

GRAND ENTRETIEN

Alain Rix

74 « Il manque plus de 1.000 collaborateurs qualifiés dans le secteur horeca »

Après avoir siégé pendant plus de 15 ans au conseil d'administration de la Fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Grand-Duché de Luxembourg, Alain Rix a pris la présidence de l'Horesca en 2009.





84 – 90 STARTUPS

Gaëlle Haag

84 **StarTalers : investir au féminin**

Mickey Hardt

88 **Katchi comme « tendre »**



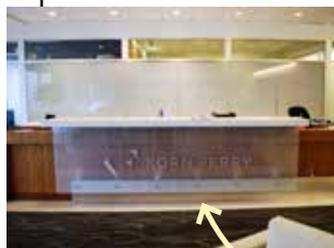
92 – 101 SUCCESS STORY

Fabiana Bartolozzi

92 **La maison du bien manger**

Philippe Scheffer

98 **Service palace**



102 – 105 VISITE ENTREPRISE

Clearstream

100 **La banque des banques**

Korn Ferry

102 **Le conseil avec talent!**



106 – 120 RETOUR EN IMAGES

Photo du mois

106 **Inauguration du Luxembourg-City Incubator**

108 **LCI : un nouveau centre d'innovation**

110 **L'art s'invite dans les commerces**

112 **Coopération avec l'Algérie**

114 **Succès de la Première Mission économique en Côte d'Ivoire et au Ghana**

118 **1535^e : journée portes ouvertes**

120 **Yumm Festival : street food à l'honneur**

122 – 125
AGENDA

130
CARTE BLANCHE

Michel Lanners

Un meilleur avenir pour l'hôtellerie et la gastronomie

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



BUSINESS VOICES

70 **Global ecology**
Hitting the garbage mine



MARKET WATCH

72 **Dubai**
Welcome to tomorrowland



INTERVIEW

Raymond Blanc

80 **"My problems with Brexit and diet"**
French chef Raymond Blanc, owner of Le Manoir aux Quat'Saisons, a hotel-restaurant with two Michelin stars in Great Milton, Oxfordshire, England, explains why leaving the EU has got personal.



PICTURE REPORT

116 **70 years of India-Luxembourg relations**



01.



02.



03.

01. Sous la lumière absolue d'Hawaï, Kosta Kulundzic saisit les instantanés instaurables d'une culture pop mondialisée. #goodvibes #lovelymlife. ŒUVRE #1 – titre: Waikiki burning – format: 2,37 x 10,53 m – technique: acrylique sur béton – réalisée *in situ*, du 27 août au 7 septembre 2018 au 5^e sous-sol.

02. Dorothee Louise Recker figure à la fois la disparition et la renaissance... un palmier s'efface dans le mirage d'un horizon qui paraît si proche, tandis qu'un soleil rouge surgit de la jungle. ŒUVRE #1 – titre: Sa place au soleil (Phoenix forever #4) – format: 2,40 x 14,44 m – technique: acrylique sur béton – réalisée *in situ*, du 27 août au 7 septembre 2018 au 2^e sous-sol.

03. Le restaurant Manko du Royal-Hamilius Luxembourg sera mis en scène par la décoratrice la plus en vogue du moment, Laura Gonzalez.

ROYAL-HAMILIUS

BEL ÉCRIN À L'HORIZON!

Fin 2019, le nouveau quartier Royal-Hamilius au centre-ville de Luxembourg, qui accueillera commerces, bureaux et logements, ouvrira ses portes. Tandis que les espaces de parking décorés par de jeunes artistes ont été officiellement inaugurés fin septembre, l'installation du restaurant & bar Manko a également été récemment annoncée.

Situé le long des axes les plus emblématiques de la ville, boulevard Royal, Grand-Rue, rue Aldringen et avenue Monterey, le projet se profile de plus en plus comme un lieu d'exception. Une figure emblématique va ainsi s'installer dans le Rooftop Restaurant du Royal-Hamilius fin 2019. Manko Paris – fruit de l'association entre Gaston Acurio, Garou et Moma Group – a mis la cuisine péruvienne sur le devant de la table de la vie parisienne. C'est dans l'ancienne salle des ventes Drouot, avenue Montaigne, que le restaurant Manko Paris a ouvert ses portes en février

2016, faisant déjà office d'installation parmi les adresses parisiennes. Fort du succès de ce restaurant, Moma Group a décidé d'investir également le Royal-Hamilius Luxembourg, afin de sublimer le toit de l'immeuble des Galeries Lafayette et offrir un lieu sans égal en centre-ville.

Le restaurant de Luxembourg sera mis en scène par la décoratrice la plus en vogue du moment, Laura Gonzalez, également associée au projet parisien. Cette jeune femme décontractée enchaîne les réalisations, créations et mises en lumière de lieux de vie, avec

un goût prononcé pour les partis pris et l'âme des lieux. Des dorures aux couleurs chaudes mais chics, des matériaux nobles, Laura Gonzalez ne s'enferme dans aucun style et s'inspire de l'exotisme du Pérou sans oublier les attentes d'une clientèle urbaine exigeante.

À lieu d'exception... parking d'exception! L'idée de magnifier les espaces souterrains du Royal-Hamilius par la création d'un parcours d'art contemporain s'est imposée naturellement dans cet écrin. Six artistes, choisis pour leur parcours déjà prometteur en Europe et à l'international, leur style et leur maîtrise de la couleur, ont relevé le défi et créé des fresques géantes qui sont autant d'œuvres uniques, ayant vocation à être pérennes et dont les thèmes abordés sont universels (la nature, la rêverie, la parure, la fuite du temps, etc.). Le parking, ouvert depuis fin septembre, donne donc à découvrir à ses visiteurs, au 2^e sous-sol, Dorothee Louise Recker, au 3^e sous-sol, Gaëtan Henrioux, au 4^e sous-sol, Lise Stoufflet, au 5^e sous-sol, Kosta Kulundzic, au 6^e sous-sol, Valentina Canseco, et au 7^e sous-sol, Axel Sanson. À chaque niveau, chaque grande fresque (plus de 10 mètres de long sur deux mètres de hauteur) a été réalisée sur le mur situé à l'entrée des ascenseurs. À l'opposé, les autres fresques ont été pensées pour les amateurs de mobilité douce, près des escaliers. Au total, les parkings accueillent 121,42 mètres linéaires de fresques pour une surface de quelque 290 m².

Un défi pour les artistes et une première à Luxembourg et en Europe, puisqu'il s'agit de découvrir le seul parking de taille significative paré de 12 fresques réalisées *in situ* par des artistes contemporains. ●

MOVE2

VÉLO INNOVANT

La startup Move2, qui propose depuis 2014 un modèle de consigne sécurisée pour vélos, la Bikibox, franchit un pas supplémentaire dans son développement avec le lancement d'un vélo de nouvelle génération.



Dès 2015, avec son partenaire allemand Anleg, Move2 étudie les possibilités offertes par l'hydrogène (H₂), utilisé comme carburant propre. Les deux partenaires développent un prototype de vélo, nommé H2TEC, équipé de deux réservoirs d'hydrogène solide sous le porte-bagages et d'un moteur électrique, placé dans le pédalier (photo), le tout accompagné d'une pile à combustible et d'une gestion électronique du carburant, pour offrir une puissance de 250 W. En 2017, un département dédié est créé au sein de la société Move2, qui devient Move2 Group. Celui-ci propose un kit pour transformer les véhicules légers élec-

triques en véhicules à hydrogène, via une pile à combustible.

La prochaine étape est prévue en 2019, grâce à un partenariat noué avec le fabricant suisse eZee, qui donnera naissance à un nouveau vélo à hydrogène, baptisé Sprint H2, équipé d'un réservoir à haute pression. Parallèlement, Move2 Group développe le H2BIB, mini-station de recharge pouvant alimenter 60 à 100 vélos par jour, ainsi que des remorques de transport d'hydrogène pour alimenter ces stations. Enfin, Anleg et Move2 Group mettent au point des électrolyseurs modulables pour la fabrication d'hydrogène vert à partir de champs éoliens ou photovoltaïques. ●

BRÈVES



AUCHAN / ARAL

Enseigne de proximité

Le groupe de stations-service Aral et Auchan Retail Luxembourg ont conclu un partenariat pour développer l'enseigne de proximité My Auchan, avec une première implantation à Schiffange. Les clients pourront ainsi combiner leur visite à la station-service avec une solution de courses rapides, composée d'une offre de produits frais, à consommer sur place ou à emporter, et une offre de produits non alimentaires du quotidien. L'assortiment comprendra un grand choix de produits de marque Auchan. Les produits bio et locaux seront largement représentés, et l'offre Petit Bistro déjà existante sera adaptée.

ASHURST

Opening in Luxembourg

International law firm Ashurst, specialised in all areas of commercial law, announced the opening of its Luxembourg office, having recently received Luxembourg Bar Association licence approval. With 400 partners and a further 1,300 lawyers working across ten different time zones, the firm is able to respond to clients on a global basis, specifically for large and complex multi-jurisdictional transactions, disputes and projects.



JAN DE NUL GROUP Trophée cannois

Jan De Nul Group a remporté un Dauphin d'Argent aux Cannes Corporate Media & TV Awards, dans la catégorie « Human resources », pour sa vidéo d'entreprise ayant pour sujet son programme interne « Imagine Think Act ». Pour cette vidéo, l'entreprise a fait appel aux

collaborateurs de différents départements (chefs de projet, soudeurs, directeurs, capitaines, membres d'équipage...) qui racontent devant la caméra l'histoire du groupe, se transformant en véritables ambassadeurs. Le film souhaite ainsi refléter l'enthousiasme et l'énergie qui existent au sein de l'entreprise. ●

KPMG

Future is now

KPMG Luxembourg announced a strategic collaboration with Lighthouse Germany, KPMG Germany's Center of Excellence for Data and Analytics. In February 2018, KPMG Germany acquired KIANA Systems, a German startup specialised in data science, artificial intelligence and machine learning, and integrated it into Lighthouse Germany. It is now enabling KPMG Luxembourg to leverage its expertise towards the goal of accelerating the Luxembourg financial centre's adoption of artificial intelligence as a tool to increase revenue, reduce costs, and minimise risk. ●



AUCHAN RETAIL LUXEMBOURG

DU BLÉ « PRODUIT DU TERROIR » POUR LA BOULANGERIE

Auchan Retail Luxembourg, acteur de la grande distribution implanté depuis 1996 au Grand-Duché de Luxembourg, réaffirme aujourd'hui sa volonté d'être partenaire du monde agricole local.

LINKLATERS / SNT

Development of a legaltech compliance tool

The University of Luxembourg's Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust (SnT) will collaborate with law firm Linklaters to develop automated legaltech. At first, the two organisations will come together to create a tool that will drastically improve how organisations interpret and implement EU legislation. Computer scientists from SnT will work with legal experts at Linklaters to develop a compliance tool as regards certain EU regulations. Many of these regulations are developing and have been opened to interpretations and organisations are struggling to understand their vast

implications for their activities.

This project will address the issue by converting the legal texts into an intuitive and machine-analysable format, opening the way for computer-assisted compliance analysis. The tool will overlay the regulatory requirements onto a company's policies and using automated processes, it will identify risks and gaps. For example, for every high-level goal, the tool will create sub-goals, linked to the relevant operational processes and to the repository of evidence that substantiates compliance. It will identify areas where evidence of compliance is lacking, and automated risk-based analysis will quantify the risks that remain and their implications for overall compliance. ●



Dans le cadre de sa vision 2025 et en tant qu'acteur responsable, militant du bon, du sain et du local, Auchan Retail Luxembourg souhaite renforcer ses engagements avec les producteurs locaux en développant sa « Filière responsable engagée pour vous » au Luxembourg. Ainsi, l'enseigne va valoriser la filière « farine luxembourgeoise » et le programme « Produit du Terroir - Lëtzebuenger Brout », qui répond entièrement aux exigences nécessaires à la création de cette première filière. Les pains commercialisés sous le label « Produit du Terroir - Lëtzebuenger Brout » seront exclusivement fabriqués à partir de la farine « Produit du Terroir - Lëtzebuenger Miel ». La « Filière responsable engagée pour vous »,

menée en partenariat avec des acteurs du monde agricole, permettra de faire connaître aux clients des savoir-faire traditionnels, mais également de fournir davantage d'informations sur les produits alimentaires qu'ils consomment. Ces produits peuvent être identifiés à l'aide du logo « Filière responsable engagée pour vous », qui apporte notamment des garanties quant à la qualité des produits et le respect de l'environnement. Auchan Retail Luxembourg souhaite ainsi s'engager afin non seulement de satisfaire ses clients, mais également d'être un allié durable pour ses partenaires et de mettre à l'honneur ces filières de femmes et hommes passionnés par leur métier, leurs produits et leur terroir. ●



LUXCONSULT

40 bougies soufflées

Luxconsult a célébré fin septembre, en présence de nombreux clients et partenaires, son 40^e anniversaire. Bureau d'experts en ingénierie, architecture et gestion de projet, Luxconsult apporte, accompagne et conseille ses clients tout au long de leurs projets d'infrastructure et/ou de construction, de la conception initiale jusqu'à

la réception finale grâce à une équipe de 25 personnes, dont 13 ingénieurs / architectes multidisciplinaires et multilingues. Tourné vers l'avenir, Luxconsult est prêt à relever de nouveaux défis. Si le bureau va recruter dans les années à venir, il souhaite cependant garder une taille humaine afin de favoriser la qualité des services et la proximité avec ses clients pour répondre parfaitement à leurs demandes. ●



RENAULT
Passion for life

Renault TALISMAN

Premium by Renault



à partir de

23.430 € TVAc *

4,6 - 7,5 L/100 KM. 122 - 169 G CO₂/KM. (selon la norme NEDC)

◆ **DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.**

* TALISMAN LIMITED#2 Blue dCi 120. Prix catalogue conseillé TVAc (de base sans options) de 28.650 €, moins remise⁽¹⁾ de 1.720 €, moins prime de recyclage⁽²⁾ de 3.500 €. (1) Remise: offre réservée aux particuliers pour toute commande d'une Renault TALISMAN neuve du 01/10/2018 au 30/11/2018 inclus. (2) Prime de recyclage: par respect pour l'environnement, Renault se charge de recycler votre ancien véhicule hors d'usage (VHU) à l'achat d'une Renault TALISMAN neuve. Offre réservée aux particuliers pour toute commande du 01/10/2018 au 30/11/2018 inclus. Offre non cumulable avec toute autre prime de reprise ou de recyclage. Le VHU doit avoir plus de six mois d'immatriculation au nom du propriétaire du nouveau véhicule et être en état complet, y compris les documents de bord légaux. La facture et le certificat d'immatriculation de la Renault neuve doivent être au même nom et à la même adresse que le VHU. Modèle illustré: TALISMAN LIMITED #2 Blue dCi 120. Prix catalogue conseillé TVAc, options incluses: 29.325 €. Annonceur: Renault Belgique Luxembourg S.A., Chaussée de Mons 281, 1070 Bruxelles, RPM Bruxelles - TVA BE403.463.679.

Renault préconise

renault.lu



01.



03.

01. Le projet « Cloche d'Or Luxembourg » s'étend sur 75 000m² et compte 140 enseignes, 22 restaurants et 250 appartements.

02, 03. De nombreuses grandes enseignes internationales ont déjà annoncé leur présence dans le shopping center.

CLOCHE D'OR

UN SHOPPING CENTER ET UN QUARTIER D'EXCEPTION

Le projet immobilier mixte du Ban de Gasperich, porté par un partenariat Promobe-Ceetrus, a célébré début octobre sa fête du bouquet, marquant la fin du gros œuvre. Cet ensemble de 250 appartements de standing avec vue panoramique sur Luxembourg, surplombant une nouvelle génération de shopping centers, s'annonce exceptionnel.

Réalisé par les bureaux Fabeck Architectes et Schemel Wirtz Architectes, le projet « Cloche d'Or Luxembourg », de par sa dimension exceptionnelle de 75.000 m², ses 140 enseignes et ses 22 restaurants, deviendra le cœur battant du nouveau quartier portant le même nom. L'ensemble fera référence par sa qualité architecturale et son confort, mais a aussi vocation à devenir un véritable lieu de vie et de partage, porté par le dynamisme des activités créatives et collaboratives qui y seront proposées, telles que des cours de yoga, de

cocréation avec des écoles d'art, de *fashion show international*, des *summer classes...*, complété par une offre de services inédite pour faciliter et enrichir l'expérience des visiteurs : garderie créative, conciergerie à la carte, *fashion styler*, desk d'accueil international, *car valet parking*, etc. Le digital sera également mis à profit afin de créer un parcours fluide et sans contraintes, grâce notamment à un parking intelligent, à un site Internet et des applications qui permettront la réservation en ligne de services, entre autres.

Des enseignes internationales seront également présentes, dont certaines marques inédites au Luxembourg : Arket, Weekday, & Other Stories, Oysho, Bershka, Izac, Finsbury ou Cosmoparis. Des marques plébiscitées telles que Scotch & Soda, COS, Massimo Dutti, Pull & Bear ou les derniers concept stores Zara et H&M « Home » et des incontournables tels que le coiffeur-créateur Alexandre de Paris, les cosmétiques bio Avril ou la parfumerie Paris 8 viendront compléter l'offre de boutiques.

Enfin, un *world food hall* iconique de 4.000 m² offrant une vue exceptionnelle sur Luxembourg proposera une sélection de 20 enseignes et kiosques, dont les célèbres burgers Big Fernand, Factory & Co ou Beef House. Déjà annoncé, Auchan Retail Luxembourg déploiera son nouveau concept de magasin nouvelle génération, expérientiel, offrant des parcours de courses innovants sur plus de 12.500 m².

Les deux tours résidentielles, quant à elles, intégreront 250 appartements parfaitement modulables sur une superficie de 25.000 m².

Les habitants bénéficieront d'un *smart parking* privatif, d'un espace wellness & fitness et chaque logement sera équipé d'un système domotique dernière génération Dovit qui réunit toutes les commandes de l'habitat en une seule interface, avec contrôle à distance. L'ensemble du quartier a été évalué par la Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB - agence allemande pour la construction durable) et a obtenu le certificat environnemental « Platine », le plus haut niveau existant, qui lui est maintenant décerné sur base des infrastructures presque achevées et des premiers projets immobiliers livrés ou en voie de livraison. ●



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

BP + Aral Routex Card Luxembourg

Tél. : 34 62 62 - 29

aralcard@aral.lu

Contactez-nous immédiatement pour profiter d'une carte sans aucun frais qui vous fait bénéficier d'une multitude d'avantages* !

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



Alles super.

LUXFACTORY

Chronique d'un voyage annoncé

Luxfactory a dévoilé le nom des 16 startups sélectionnées parmi 100 candidatures pour partir à Las Vegas pour représenter le Luxembourg au prochain Consumer Electronics Show (CES) (8-11 janvier 2019) : Atis Network, Art.Design.Painting, Bim-Y, CarVroom, ClearImage, CoinPlus, Crowdaa, Koosmik, LuxAI, Motion-S, MuDesign, MySardines, Scrybto, Skeeled, SYD et Yatta. Les startupper choisis bénéficieront d'un stand « Luxembourg Village » plus grand que l'année dernière, grâce à un partenariat conclu avec la Chambre de Commerce. Les jeunes pousses prometteuses du Grand-Duché disposeront de 100 m² au cœur de l'Eureka Park (900 startups en 2018), pavillon présentant les toutes dernières technologies.

Le design du stand luxembourgeois, confié à la startup Art.Design.Painting, mettra en valeur le marketing visuel de « Luxembourg – Let's make it happen ». Créé en 1967, le CES est le plus grand salon d'innovation au monde. Chaque année, des milliers d'exposants et des dizaines de milliers de visiteurs professionnels (170.000 en 2018) s'y donnent rendez-vous pour découvrir les technologies de demain. Le CES a été le lieu de révélation de certaines innovations qui ont marqué l'Histoire, telles que le magnétoscope, puis le DVD, ou encore la haute définition. Au fil du temps et des avancées technologiques, le CES a vu les innovations audiovisuelles perdre du terrain au profit de technologies telles que les objets connectés, l'intelligence artificielle, la robotique et les véhicules autonomes. ●



IKO

Une tour à Differdange

Le 20 septembre 2018, IKO a donné le coup d'envoi officiel des travaux de construction de sa tour Aurea sur le plateau du funiculaire de Differdange. Depuis 2003, cette ancienne friche industrielle se métamorphose en un quartier axé sur la qualité de vie et la mixité de fonctions. Après l'acquisition du terrain, plusieurs étapes successives ont donné naissance à

Arboria, un quartier comprenant des logements, un parc et le centre commercial Opkorn, ouvert en octobre 2017. Début 2021, la tour Aurea complètera l'offre de logements (138 appartements sur 14 étages) et celle de services de proximité, grâce à deux agences bancaires situées en rez-de-chaussée. La tour accueillera également les bureaux de la direction de région de l'Enseignement fondamental. ●



FOYER / MICROLUX

LE MICROCRÉDIT SE DÉVELOPPE

Le groupe Foyer a renforcé son engagement en faveur des entrepreneurs exclus du crédit bancaire classique, en entrant dans le capital de Microlux à hauteur de 300.000 €.

Microlux, la première institution de microcrédit au Luxembourg, soutient la création et le développement d'entreprises n'ayant pas accès au crédit bancaire « traditionnel » en les accompagnant et en leur octroyant des microcrédits allant jusqu'à 25.000 €.

L'institution a été créée en mars 2016 sur l'initiative de quatre membres fondateurs : BGL BNP Paribas, ADA (Appui au développement autonome), l'ADIE (Association pour le droit à l'initiative économique) et le FEI (Fonds européen d'investissement). En deux ans d'activité, Microlux a trouvé son marché au Luxembourg. L'institution a reçu 300 demandes, accordé 50 microcrédits et accompagné une centaine d'entrepreneurs dans l'élaboration de leur business plan et lors du lancement de leur entreprise. Grâce à ces

microcrédits accompagnés, 36 entreprises ont pu être créées et quelque 50 emplois générés. Foyer a été un partenaire actif dès le début, sur le volet « Accompagnement », les collaborateurs de l'assureur aidant les entrepreneurs sur le plan juridique, marketing, administratif, ainsi que sur les aspects formation et assurance.

Ce projet fédérateur autour de valeurs telles que l'innovation et l'entrepreneuriat s'est révélé être une expérience enrichissante, tant pour les micro-entrepreneurs que pour les bénévoles. Désireux de développer encore davantage son engagement sociétal et d'intensifier sa relation avec Microlux, Foyer contribue désormais également sur le plan financier, à travers une participation au capital de Microlux à hauteur de 300.000 €. ●



Giftcard Easy : dites adieu aux chèques-cadeaux papier !



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

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

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

www.six-payment-services.com



Payment Services



BRÈVES



KNEIP

Revolutionary concept

KNEIP, the Luxembourg-based fund industry specialist, has unveiled its groundbreaking digital service platform. The platform works by ingesting all unstructured data, with machine learning and artificial intelligence tools, then processes this data to work in a structured format. The new digital platform has intuitive tools that put asset managers directly in control. KNEIP believes this move will revolutionise the fund industry leading to a new dawn in the way data management is perceived across the globe.

LUXAVIATION

First signature scent

Luxaviation Group has launched "Cité Privée for Luxaviation", a signature scent exclusively made for use on board its aircraft and at its ExecuJet-managed FBO facilities. This scent, created with essences of Fijian vanilla, guaiacum resin, beeswax and African sandalwood, was developed with Geneva-based luxury brand Forbidden City with the aim of establishing a constant emotional connection to the brand and a greater sense of familiarity with its clients.

BMW MUZZOLINI

**CONCESSION
NOUVELLE
GÉNÉRATION**

Après deux ans de travaux, la famille Muzzolini a inauguré récemment une des plus grandes concessions de la marque BMW du Grand-Duché.



La décision de construire une nouvelle concession (au lieu de rénover et agrandir celle exploitée depuis 1991 à Lankelz) s'est imposée à la direction de la concession après une analyse poussée des nouvelles normes d'aménagement des concessions BMW à l'international. Le nouveau complexe, à l'architecture contemporaine, se déploie sur une surface de près de 9.000 m² baignés de lumière et a pour ambition d'offrir au visiteur une expérience d'achat « événement ».

Le service fourni par une équipe de 60 personnes se veut impeccable, les délais de prise en charge ont été raccourcis grâce à une nouvelle organisation interne, l'espace d'exposi-

tion agrandi pour permettre de présenter les véhicules des gammes BMW série M, BMWi et un nouvel espace a été créé pour accueillir les occasions « Premium Selection ».

L'histoire de la famille Muzzolini a débuté en 1965 avec l'ouverture d'une première concession située rue Zénon Bernard à Esch-sur-Alzette, vendant les marques Citroën et Autobianchi. En 1976, Bernard Muzzolini se voit accorder un certificat de service BMW, puis ouvre une première concession BMW dans le sud du Grand-Duché avec l'aménagement de nouveaux locaux route d'Ehlerange à Esch-sur-Alzette. Muzzolini devient alors agent officiel de BMW. ●



PETER & CLARK – MULTILINGUAL COMMUNICATION

20 ANS !

Fondée en 1998, Peter & Clark – Multilingual Communication a soufflé en septembre dernier ses 20 bougies, en présence de nombreuses personnalités, dont Justine Henin, ancienne championne du monde et olympique de tennis, actuellement présidente de l'association Justine

for Kids, qui pour l'occasion s'est vu remettre un chèque de 5.000 euros. Peter & Clark, spécialisée en traduction financière et juridique, sert quotidiennement des clients issus de l'industrie des fonds d'investissement, des banques, des compagnies d'assurances, de cabinets d'avocats, de firmes d'audit et d'agences de notation. Elle est implantée à Luxembourg et à New York. ●

CGI

Your LaB Luxembourg

CGI has announced the opening of Your LaB Luxembourg, in Bertrange, to help clients explore and test emerging technologies, as well as collaborate with local experts, to help drive their digital transformation, performance and long-term competitiveness. The lab is part of CGI's global strategy to deliver innovation at a local level through close collaboration and advanced technologies. The new lab provides clients with opportunities to imagine and test new ideas and solutions for transforming their businesses using artificial intelligence, virtual and augmented reality, robotic process automation, machine learning... ●



Certains parlent, d'autres passent à l'action. Le nouvel Actros.

Le nouvel Actros vous propulse dès aujourd'hui dans le futur en misant sur de nombreuses innovations, telles que MirrorCam, Active Drive Assist, le poste de conduite multimédia et Predictive Powertrain Control, qui révolutionnent le secteur du transport long-courrier traditionnel. www.mercedes-benz-trucks.com

Mercedes-Benz
Trucks you can trust



BRÈVES



B MEDICAL SYSTEMS

First worldwide

The ministry of health in Luxembourg has registered all vaccine storage and transport systems manufactured by B Medical Systems as medical devices, conforming to the safety and health standards of the European Union. This groundbreaking achievement emphasises the unique and necessary role cold chain equipment plays in keeping vaccines safe and effective for children across the world. It also rewards B Medical Systems' commitment to manufacture high-quality and safe solutions for the full schedule of childhood vaccines, for over 35 years.

FORETHIX

Changement de nom

CCD Partners, cabinet de conseil spécialisé dans l'investissement responsable et la responsabilité d'entreprise, vient d'adopter un nouveau nom pour accompagner son évolution et son déploiement international. Créée à partir des mots anglais *for* et *ethics* (réécrit en « ethix »), la nouvelle appellation Forethix (« pour l'éthique ») affirme tant les valeurs que la mission portées par l'entreprise depuis ses origines en 2013. « Forethix incarne en un seul mot notre vocation et notre expertise » résume sa directrice, Stéphanie Deltenre.

ALD AUTOMOTIVE / MOOVEE
Mobilité multimodale

ALD Automotive Luxembourg (filiale location longue durée et gestion de parcs automobiles du groupe Société Générale) et la startup Moovee ont décidé d'unir leurs forces pour proposer le premier portail de mobilité multimodale pour entreprises au Luxembourg. Celui-ci intègre

dans une seule application, accessible depuis un smartphone, le partage de voitures, de vélos et de trottinettes ainsi que le covoiturage. L'accord permet aux deux partenaires de proposer des solutions de mobilité partagée, comprenant tous les services opérationnels (assurances, entretien, assistance, réparations et réservations) pour un loyer mensuel fixe. ●

HOFFMANN FRÈRES

Une histoire centenaire

Hoffmann Frères, qui a vu se succéder quatre générations, vient de célébrer 100 ans d'histoire autour de Pete Hoffmann, actuel dirigeant de l'entreprise familiale. L'histoire commence en 1918 avec l'acquisition d'une scierie du centre de Mersch par quatre frères. Un moulin et une turbine installés sur l'Eisch et l'Alzette produisent l'électricité nécessaire à la scierie. Dès 1928, l'entreprise développe une seconde activité : la fourniture d'électricité. Aujourd'hui, Hoffmann Frères emploie 70 personnes dans ses deux entités (HfM pour le bois et Electris pour l'électricité). En 2019, elle prévoit également de fournir du gaz et de développer un parc éolien. ●

ADAPTI

A BIG RAISE OF EUROS

Adapti, born as a final project of the MBA of its co-founders, Antoine Granjon and Bastian Jakobsen, just raised 500.000 euros.



Originally designed as a way to use the data collected online to the direct benefit of Internet users, the project quickly grew big. The company was officially launched in 2016, three months after the co-founders' graduation. Now, the startup keeps getting attention.

The tool, that can be installed on any website, allows to customise it in real time, for every user. Indeed, Adapti can detect and understand the tastes and habits of each user and determines the most appropriate product or service. Easy to install and to use, it uses machine learning algorithms to show the best content at the right time. The team has proved that their tool actu-

ally improves the performances of websites, especially in terms of conversion rate and average basket. Nonetheless, one of the big advantages of Adapti is that it is relevant for large as well as small websites. About the location of the company, Antoine Granjon explains: "Luxembourg has been a remarkable test market for us because corporate executives are easily reachable. It is also easy to get known and gain exposure in the ecosystem."

The seed funding of €500.000 will allow the startup to expand the sales team and make their product ready for the mass market. The international expansion will be for a second phase. ●

INTEGRATED GLOBAL PAYMENT SOLUTIONS

We enable secure EMV payments anyhow, anywhere. Our hosted platform unifies multiple payment channels allowing merchants to trade in over 40 countries worldwide. The services we offer cover the full transaction journey, from Point-to-Point-Encryption (P2PE) hardware, to payment gateway services which include online and in-app payment acceptance.



Hospitality



Food & Beverage



Retail



Parking



Car rental



Transportation

3CPayment.com

3C
PAYMENT

BRÈVES



SAMSA FILM

Tel Aviv à Venise

La production luxembourgeoise *Tel Aviv on Fire* a remporté le prix Orizzonti du meilleur acteur, décerné à Kais Nashi lors de la 75^e édition de la Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia. Le film est une production majoritaire luxembourgeoise (Samsa Film) soutenue par le Film Fund Luxembourg. Plus de 70 % du tournage a été effectué sur les plateaux de Filmland, à Kehlen, avec une équipe comptant un grand nombre de techniciens luxembourgeois. Pour Samsa Film, il s'agit du sixième long métrage sélectionné à la Mostra.

PAUL WURTH INCUB / FEDIL
To support InduTech

On 13 September 2018, FEDIL and Paul Wurth InCub, the structure created by Paul Wurth to accompany young industrial entrepreneurs, announced the signature of a partnership agreement which consists in combining the expertise of Paul Wurth (InCub) with FEDIL's network of industrial players in order to provide the Luxembourgish industrials with an easy access to "InduTech" startups, and vice versa, globally resulting in a targeted and quick match-making between the offer and real needs.

CITY CONCORDE

**PLUS GRAND,
PLUS BEAU**

Les travaux d'agrandissement du centre commercial City Concorde touchent à leur fin. Le 15 novembre 2018, les clients découvriront un lieu rénové et agrandi proposant une offre totale de plus de 100 magasins et restaurants.



En 2015, la première phase des travaux d'agrandissement a débuté, avec la transformation du parking Vendôme en parking souterrain. Une deuxième phase, débutée en septembre 2016, a doté le centre d'une extension, parfaitement intégrée à la partie existante. Le centre commercial agrandi, contemporain et convivial, peut ainsi proposer de nouvelles enseignes, luxembourgeoises et internationales, choisies soigneusement pour leur offre tendance en mode (Fashion Club, Benetton/Sisley, O bag...), beauté (Tagua, Paris 8...), gastronomie (Cocottes, Maus Kaffi...), sport (Asport, CK Fitness...), loisirs ((f)Utile) et services (téléphonie, banques...).

Le toit du centre commercial accueille désormais une salle de sport et un restaurant-bar panoramique qui organise notamment des afterworks, des soirées animées et des brunches le dimanche. Outre un endroit dédié au shopping, City Concorde a souhaité devenir un lieu de divertissement, de bien-être et de détente pour petits et grands, en se dotant de terrasses, d'une plaine de jeux, complémentaire à l'espace garderie déjà présent, et de coins détente à l'intérieur du centre et sur la terrasse panoramique. Pour simplifier l'orientation des visiteurs, la signalisation a été revue, et un desk d'accueil permanent installé au rez-de-chaussée pour répondre à toutes les questions des clients. ●



STEFFEN

Station gourmande

Les CFL ont attribué l'emplacement de l'ancien Buffet de la gare à l'entreprise Steffen, qui y ouvrira prochainement le restaurant Quai Steffen, ayant pour ambition de devenir l'adresse gourmande idéale pour organiser un déjeuner d'affaires entre deux TGV ou, pour

les plus pressés, commander un plat à emporter. La carte prévoit une offre très variée: mets du terroir, produits bio, végétariens, plats avant-gardistes ou traditionnels. Elle évoluera en fonction de la demande des clients. Le restaurant disposera de 100 places assises intérieures et d'une belle terrasse de 80 places pour l'été. ●

BGL BNP PARIBAS /
ABN AMRO**Banking consolidation**

The acquisition by BGL BNP Paribas of all the outstanding shares in ABN AMRO Bank (Luxembourg) and of its fully owned subsidiary ABN AMRO Life was completed on 3 September 2018. The insurance company has been taken over by Cardif Lux Vie. The transaction was approved by the competent regulatory authorities. "The decision to further secure our group's footing in the private banking and insurance sectors in Luxembourg reflects our determination to play an active role in the development of the country's financial sector," stated Geoffroy Bazin, country head of the BNP Paribas Group in Luxembourg. ●

Le nouveau Crafter. **Adapté à vos besoins comme jamais auparavant.**

Prime avantageuse de
3.510,- € TTC
sur tous les modèles Crafter.



Le nouveau Crafter. La nouvelle dimension.

Pratique, économique et plus innovant que jamais. Proposé dans une version intégralement revisitée, le nouveau Crafter offre des solutions de transport axées sur les clients, pour une rentabilité maximale. Véhicule utilitaire unique en son genre, le nouveau Crafter a été conçu pour répondre aux besoins et aux exigences de catégories d'utilisateurs très diverses, ce qui en fait l'un des meilleurs véhicules utilitaires de sa catégorie.



Utilitaires

RESTAURANT DE LA GAICHEL

«ABANDONNER L'ÉTOILE POUR MIEUX REPARTIR!»

Étoilé depuis plus de 45 ans, le restaurant La Gaichel fermera ses portes le 31 décembre 2018 pour laisser place, dès février 2019, à une nouvelle signature gastronomique, le Jardin de la Gaichel.



Céline et Erwan Guillou-Gaul, nouvelle génération aux commandes du Domaine de la Gaichel depuis 2014, ont décidé de ce changement impliquant l'abandon de leur étoile acquise depuis 48 ans « après y avoir mûrement réfléchi et afin de répondre aussi à une demande de notre clientèle », explique Céline Guillou-Gaul. *Nous souhaitons nous débarrasser d'une certaine pression, redevenir plus accessibles, créer et*

essayer de nouvelles choses. » L'ambition du nouveau restaurant sera de recentrer la proposition culinaire sur les fondamentaux de l'enfance et des origines d'Erwan Guillou-Gaul, partagés par son chef, qui ne quittera pas les fourneaux : une cuisine goûteuse qui restera gastronomique, mais débarrassée du faste qui se doit d'accompagner l'étoile et avec laquelle Céline et Erwan Guillou-Gaul ne se sentent plus en phase.

Dès février prochain, le Domaine de la Gaichel se définira comme un concept global, où chacun trouvera son bonheur dans les deux hôtels et les trois restaurants qui le composent : l'hôtel quatre étoiles, l'auberge trois étoiles ; le Jardin de la Gaichel, un restaurant gastronomique pour une pause gourmande et raffinée, mais aussi pour servir d'écrin à un mariage, une garden-party, ou tout événement à célébrer ; la Brasserie,

avec sa belle cuisine de bistro, et le Chalet de la Kreuzerbuch, où l'on se régale d'une fondue dans une ambiance toute montagnarde l'hiver, ou d'une salade gourmande sur l'accueillante terrasse durant les mois d'été. Différents univers pour varier les plaisirs, avec comme point commun cet immuable esprit de famille et ce professionnalisme qui caractérisent les familles Gaul & Guillou depuis plus d'un siècle. ●



LUXEMBOURG ART WEEK

ET DE QUATRE !

Pour sa quatrième édition, la Luxembourg Art Week, qui se déroule du 9 au 11 novembre, Halle Victor Hugo à Luxembourg-ville, se déploie sur près de 2.500 m² d'exposition.

L'événement rassemblera cette année 50 galeries d'art contemporain, institutions culturelles et associations d'artistes au sein de deux sections : 32 en Positions et 18 en Take off. 18 nouveaux exposants de renommée internationale rejoignent la section Positions en 2018.

La Luxembourg Art Week maintient également son engagement auprès des galeries émergentes en proposant, dans la section Take off, une sélection d'exposants d'une qualité et d'une diversité inédites, qui offre toujours des prix accessibles. Même si cette édition est plus que jamais internationale, elle

continue de soutenir et de valoriser les galeries et artistes luxembourgeois et de la Grande Région. 42 % des galeries retenues ont ainsi une présence locale. Enfin, cette année, la Luxembourg Art Week laisse carte blanche au Casino Luxembourg - Forum d'art contemporain pour présenter un projet spécial qui viendra compléter la riche programmation culturelle prévue chaque année par les organisateurs de la foire : conférences et tables rondes, *art talks*, *kids corner*... ●

Plus d'informations :

www.luxembourgartweek.lu

DANS UN MONDE QUI CHANGE
UN PATRIMOINE VALORISÉ
EST LE FRUIT
DE BONS CONSEILS



GESTION ET STRUCTURATION DE PATRIMOINE

Ancrée au Luxembourg depuis 1919, BGL BNP Paribas met toute son expertise à votre service. Nos banquiers privés prennent le temps de trouver, avec vous, la meilleure solution pour votre patrimoine.

A votre écoute au (+352) 42 42-25 25
et sur bgl.lu/banqueprivate



BGL BNP PARIBAS
BANQUE PRIVÉE

La banque
d'un monde
qui change

BRÈVES



BRASSERIE
DE LUXEMBOURG

En perpétuelle évolution

La Brasserie de Luxembourg a adopté une nouvelle identité visuelle pour la marque Diekirch à l'aube de l'ouverture de sa nouvelle brasserie. Point de départ de la genèse du nouveau logo : la volonté de réunir les six pays majoritairement représentés au sein de la population luxembourgeoise. En les regroupant en une mosaïque dans un camaïeu de bleus, la silhouette du Luxembourg apparaît comme l'aboutissement symbolique de cette unité géographique et culturelle. Le processus de brassage, quant à lui, reste le même.

TÉTRIS DESIGN & BUILD
5 ans d'ancrage national

La société, qui développe un service global de conception et de réalisation d'espaces de bureaux, a célébré ses cinq années d'existence. La structure s'est développée dans le cadre du déploiement du groupe Tétris à l'international. L'activité a été lancée depuis Paris en 2003, puis a été rachetée par JLL en 2007. La société a ouvert plusieurs bureaux en Europe et a élargi ses activités à l'aménagement d'espaces commerciaux et dans l'hôtellerie.



ATHOMEGROUP

Opening of the first atHomeFinance agency

atHomeGroup opened an atHomeFinance agency on the Route d'Esch in Luxembourg and will expand its range of services by offering a click-and-

brick solution. atHomeFinance now offers its clients a choice of approach. It thus becomes the first mortgage brokerage and real estate consultant in Luxembourg to offer both the speed of an online transaction and traditional face-to-face services. ●

LABORATOIRES
KETTERHILL

Identité visuelle revisitée

Les laboratoires Ketterhill ayant initié une mutation importante et fait évoluer leur offre de services, ont souhaité illustrer ces changements au travers d'une nouvelle identité visuelle. Cette dernière découle naturellement des quatre valeurs des laboratoires : expertise, qualité, éthique et proximité. Tout en conservant son histoire et les fondamentaux de la marque et en prenant appui sur l'expérience de l'existant, le nouveau graphisme réunit rigueur et sobriété. ●

COCOTTES

SIXIÈME ÉCLOSION !

Décidément, les Cocottes n'en finissent plus de picorer du terrain. Une nouvelle adresse accueille les clients au 8, rue Chimay depuis septembre et deux autres éclosions sont prévues en ville et au Ban de Gasperich dans les prochains jours.

Nouveau plumage pour cet intérieur de Cocottes Chimay, qui est synonyme de couleur. Tout d'abord, une mise en appétit par un contraste chaleureux entre noir mat, jaune doré, terrazzo et bois clair.

L'arrière-salle du rez-de-chaussée communiquera avec l'extérieur tout en étant une continuité avec l'espace de vente, en retrouvant les mêmes codes graphiques.

L'étage propose trois zones bien distinctes, dont un côté salon et cinq zones différentes en comptant la terrasse (70 places assises). Le client pourra choisir l'usage qu'il voudra y attribuer, pouvant y boire un café, travailler au calme sur



une grande table ou bien organiser des déjeuners entre amis. Le tout a été orchestré et créé par l'architecte EL'LE - Élodie Lenoir Interior Design Architecture. Pour rendre son nid encore plus douillet, ce Cocottes Chimay propose sa gamme à emporter (sandwichs, wraps, soupes, salades, bocaux, quiches individuelles, plats classiques, desserts, jus...), une nouvelle gamme de pâtisseries individuelles, de viennoiseries - les Cocottines - et un pain maison, fait sur place à l'arrière-boutique (disponible uniquement à cette adresse), des boissons chaudes, une sélection de vins, champagnes, bières et de produits d'artisans, à consommer sur place ou à emporter. ●



Exposition



Portes et parquets



Terrasses

HOLZ fir MUER

Depuis toujours, nous travaillons aux côtés d'architectes, de menuisiers ou de chefs de projets afin de combiner leurs idées, notre expertise et notre savoir-faire. Toujours à la pointe des nouvelles tendances en matière d'ergonomie, de durabilité ou de design, nous accompagnons nos partenaires professionnels dans leurs choix et dans la concrétisation de leurs aménagements intérieurs et extérieurs.



Aires de jeux



Revêtements de sol



Commerce de bois

Wat d'Famill Hoffmann 1918 am Zentrum vu Miersch als Seeërei opgebaut hat, hu mir weiterentwéckelt an den Ufuerderunge vun der Zäit ugepasst. Haut steet, nach genee op der selwechter Plaz wéi virun honnert Joer, e moderne Betrib, wou ronn siwwenzeg Mataarbechter schaffen. HfM ass spezialiséiert op Parqueten, Dieren, Ausseberäich wéi Terrassen a Spillplazen a klassischen Holzhandel. Nieft engem Do-it-yourself-Shop fir den Hobby-Handwierker, hu mir eng vun deene schéinsten an modernsten Ausstellungen an der Groussregioun, an där de Client fachmännesch vun eise Spezialiste berode gëtt. **HfM – mir si prett fir déi nächst 100 Joer.**



BRÈVES

DOMAINES VINSMOSELLE
Récompenses allemandes

Le Berliner Wein Trophy réunit chaque année des producteurs et distributeurs de vin parmi les plus réputés au monde. Pour l'édition 2018, plus de 150 juges ont décerné les médailles convoitées. L'association Domains Vinsmoselle, créée en 1921 et qui rassemble 240 vignerons, a remporté huit médailles d'or, à la plus grande satisfaction de Patrick Berg, directeur général: « Nos vignerons s'appuient sur la viticulture intégrée. Aucun insecticide n'est utilisé et la fertilisation est en grande partie organique. Tous les efforts sont entrepris pour protéger les vignes et la nature. »

PICTET ASSET
MANAGEMENT

Fonds thématique

Pictet Asset Management crée le fonds thématique Pictet-SmartCity pour tirer profit du fort potentiel de croissance des sociétés proposant des solutions intelligentes aux défis liés à l'accélération de l'urbanisation. Le nouveau fonds propose d'investir à l'échelle mondiale dans des sociétés qui participent à l'émergence des villes du futur et qui exercent leurs activités notamment dans des domaines comme la mobilité et les transports, l'immobilier ou la gestion durable des ressources.



CERATIZIT

A hall in Stuttgart

Under the auspices of its marketing partnership with Messe Stuttgart, the Ceratizit group has obtained the right to choose a name for hall 3 on the trade fair grounds for the next ten years. The official dedication of the Ceratizit "Jacques Lanners Halle" took place in the context

of AMB 2018, the international exhibition for metal working (18-22 September 2018). "Mr Lanners is synonymous with the spirit of innovation, customer service and long-term thinking, which are the key drivers for the Ceratizit group's success. So naming the hall after him was a no-brainer," as explained by Thierry Wolter, one member of the executive board. ●

KLEOS SPACE

UNE RENTRÉE
SUR ORBITE

La croissance rapide de la société luxembourgeoise Kleos Space connaît en cette rentrée 2018 de nouveaux développements prometteurs.

La rentrée 2018 est riche en développements pour Kleos Space, spécialiste des services à composantes spatiales, notamment dans le domaine du renseignement, de la surveillance et de la reconnaissance par satellite. Le 24 août 2018, la société a annoncé avoir clôturé une levée de fonds de près de 7 millions d'euros, avant une introduction à la bourse australienne.

Le cofondateur et directeur général de Kleos Space, Andrew Bowyer, explique l'intérêt des investisseurs à l'égard de son entreprise: « Notre entrée en bourse survient à un moment où les gouvernements mondiaux sont à la recherche d'une nouvelle technologie pour protéger leurs frontières. Nous sommes convaincus que Kleos Space leur apportera une solution. » Ces financements per-



mettent à l'entreprise d'envisager le lancement d'un premier système de satellites à la mi-2019, avec l'objectif de localiser des transmissions radio de n'importe quel point du monde et de déterminer le lieu et le moment de la transmission.

Dans un second temps, Kleos Space a l'intention d'approcher des marchés autres que ceux des secteurs maritimes et de la défense, tels que la protection de l'environnement, des services de recherche et de sauvetage et des services d'assurance.

Pour accompagner sa croissance, la société a transféré ses bureaux dans de nouveaux locaux situés à Luxembourg-Bonnevoie, mettant ainsi un terme à sa période d'incubation au sein du Technoport de Belval. ●

DOCTENA

Startup's growing

Doctena, which is now a leading doctor booking platform in many European countries (Germany, Austria, Switzerland, Belgium, the Netherlands and Luxembourg), has just secured 8 million euros, from private investors, to fuel its expansion. The funding will be used to consolidate existing markets and expand its leadership position in the European countries it operates in. "Our cloud calendar helps reduce no-shows up to 70%", says Patrick Kersten, CEO and founder. Over 10,000 doctors use Doctena, representing 1.5 million medical visits every month, with many new users joining the platform. ●

« La collaboration que j'ai eue avec Worldline pour notre site internet était si satisfaisante que nous l'avons étendue à l'activité de notre magasin. »

Dimitri Van Hove

Co-propriétaire de RV Chaussures



**Worldline,
leader européen
avec + de 45 ans
d'expérience**
dans les paiements
électroniques en ligne
et via terminal.

**Rejoignez vous aussi
la famille Worldline!**

Contactez-nous pour un rendez-vous personnalisé au **+352 26 029 505** ou par email : **info-luxembourg@worldline.com**

Worldline

BRÈVES



EXPO REAL Luxemburg unter den Top Ausstellerländern

Die Expo Real, eine internationale Fachmesse für Gewerbeimmobilien und Investitionen, ist eine der wichtigsten Auslandsmessen für luxemburgische Unternehmen. Auch in diesem Jahr nahmen wieder 14 Firmen das Angebot wahr und präsentierten sich im Rahmen eines, von der Handelskammer Luxemburg organisierten, Gemeinschaftsstandes. Luxemburg gehörte, neben zu den Top Ausstellerländern. Mit einer beeindruckenden Anzahl an luxemburgischen Unternehmensvertretern war das Großherzogtum ebenfalls unter den Top Ten-Besucherländern aufzufinden.

MESIS Une maison pour l'économie sociale

Le 1^{er} octobre 2018, une nouvelle « maison » dédiée à l'économie sociale et à l'innovation sociale (MESIS) a ouvert ses portes au 15, côte d'Eich à Luxembourg. Il s'agit d'un lieu d'information, de rencontre et d'échange pour tous ceux qui s'intéressent à l'entrepreneuriat social. La maison héberge déjà quatre organisations : 6zero1, première société d'impact sociétal (SIS) du Luxembourg, Compello, entreprise de logiciels, et les asbl Touchpoints et ULESS.



QUALITÉ DE SERVICE

LE CLIENT EST ROI

Le ministère de l'Économie a lancé officiellement le programme Fit4Service, qui s'adresse aux entreprises artisanales, commerciales et à celles relevant du secteur horeca souhaitant améliorer leur qualité de service.

Conçu en étroite collaboration avec Luxinnovation, le programme Fit4Service prend en charge, à hauteur de 6.000 euros, les frais d'un expert agréé, chargé de faire un diagnostic du niveau de qualité de service de l'entreprise, afin d'identifier les améliorations éventuelles, susceptibles d'augmenter la satisfaction de la clientèle.

Si l'entreprise décide d'implémenter les mesures proposées, elle pourra également bénéficier du régime d'aides générales en faveur des PME, visant à soutenir la modernisation des entreprises.

Ainsi, Fit4Service permet aux PME de bénéficier d'un regard extérieur neutre sur leur niveau de qualité de service aux clients, ainsi que d'un accompagnement sur mesure. Deux entreprises ont participé à la phase pilote du programme. Alexa Ballmann

(Institut de Beauté) témoigne: « J'ai constaté que les salariés acceptent mieux les commentaires et recommandations qui viennent d'un expert externe. »

John Seil (Galerie Moderne à Grevenmacher) ajoute: « Il est essentiel que l'expérience d'achat de nos clients soit irréprochable du début à la fin: de l'accueil dans le magasin au service après-vente, en passant par le conseil et la livraison. La participation à Fit4Service a été une expérience enrichissante que nous avons pu réaliser sans investir trop de temps. Il s'agit d'une situation win-win pour l'entreprise et pour les clients. » ●

Plus d'informations:

www.luxinnovation.lu/fr/programmes-de-performance/fit-4-service-entreprises



APPEL À CANDIDATURES Concours Torre de Belém

La Chambre de Commerce luso-belgo-luxembourgeoise (CCLBL), soutenue par la Chambre de Commerce du Luxembourg, propose son concours annuel ouvert aux entreprises établies au Luxembourg ou en Belgique et ayant noué des relations commerciales significatives avec le Portugal au cours de l'année 2017

(Prix Torre de Belém - International). Les firmes intéressées doivent introduire leur dossier de candidature auprès de la CCLBL avant le 5 novembre 2018. Le prix sera décerné lors d'un dîner de gala célébrant les 100 ans de la Chambre de Commerce luso-belgo-luxembourgeoise, le 15 novembre 2018. ●

Plus d'informations : www.cclbl.com

MARCHÉS PUBLICS Remise électronique des offres

Depuis le 18 octobre dernier, la remise électronique des offres est obligatoire pour les marchés publics au-dessus des seuils européens. Dans ce cadre, le ministère du Développement durable et des Infrastructures a édité un guide pratique pour aider les entreprises concernées. Celui-ci contient un rappel de la législation en vigueur et des fonctionnalités du Portail des marchés publics, ainsi qu'une check-list et un mode d'emploi pour pouvoir créer un compte et déposer une offre. ●

Téléchargeable sur : www.cc.lu/actualites/detail/nouvelle-loi-sur-les-marches-publics-du-8-avril-2018

BRÈVES



ÉDUCATION

Formations high-tech

Le Lycée des arts et métiers, véritable pôle de compétences technologiques, prépare ses élèves aux études et aux professions de demain. Il offre, depuis cette année scolaire, trois nouveaux BTS : game design and game programming, game design and game art et Internet of Things. Par ailleurs, le lycée met en place un concept pédagogique innovant : des rencontres et échanges interdisciplinaires entre étudiants et startups permettent de promouvoir l'esprit d'entreprise et la créativité et de préparer au mieux les jeunes au marché du travail.

CSSF

Agreement on fintech and regtech

The Luxembourg Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF) and the Australian Securities & Investments Commission (ASIC) signed a Cooperation Agreement which provides a framework for information sharing between the two regulators on financial technology (fintech) and regulatory technology (regtech). In 2013, the regulators entered into memorandums of understanding on regulating entities that have presence in both Australia and Luxembourg.

LUXINNOVATION

FIT4START EN VITESSE DE CROISIÈRE

Le jeudi 4 octobre 2018, plus de 300 jeunes pousses et acteurs de l'écosystème startups luxembourgeois ont assisté au Fit4Start Selection & Graduation Day. Rythmée par une soixantaine de pitches, la journée a mis à l'honneur des entrepreneurs aux projets innovants et prometteurs dans les domaines TIC et technologies de la santé.

Le programme Fit4Start, géré par Luxinnovation avec le soutien du ministère de l'Économie, en collaboration avec le Technoport et le Luxembourg-City Incubator, confirme son essor. Cette édition a attiré 226 candidatures en provenance de 38 pays, preuve que le Luxembourg séduit au-delà des frontières. « Le nombre croissant et la qualité des projets sont de bons témoins de l'attractivité et du dynamisme de l'économie de notre pays », précise Sasha Baillie, CEO de Luxinnovation.

Alors qu'il n'était auparavant accessible qu'aux projets TIC, le programme s'est ouvert en 2018 aux technologies de la santé. Au final, 15 startups (10 du secteur des TIC et 5 du secteur des tech-



nologies de la santé) ont été plébiscitées et sélectionnées par les membres du jury pour participer à l'édition Fit4Start #7. Elles intégreront un programme de coaching de 16 semaines à compter du 6 novembre 2018 et se verront remettre la somme de 50.000 euros, offerte par le ministère de l'Économie. Le Selection & Graduation Day a également été l'occasion de récompenser les startups ayant terminé avec succès le programme Fit4Start #6, au terme de quatre mois de coaching intensif. Comme le précisent les règles du concours, leur nomination en tant que diplômés leur donne accès à 100.000 euros supplémentaires sous réserve d'une levée de capital d'au moins 50.000 euros. ●

BRÈVES

LUXEMBOURG FOR TOURISM
Nouveau CEO

L'agence de promotion touristique nationale Luxembourg for Tourism (LFT) a un nouveau CEO, Sebastian Reddeker, 39 ans, titulaire d'un doctorat en communication de l'Université du Luxembourg. De 2011 à 2017, il fut project manager, puis chargé de mission au sein de la clc (Confédération luxembourgeoise du commerce). Début 2018, il a rejoint Luxembourg for Tourism en tant que content and innovation manager. Depuis mai 2018, Sebastian Reddeker assure déjà la direction générale de Luxembourg for Tourism par intérim.

AFFAIRES ÉTRANGÈRES
ET EUROPÉENNES
Simplification
administrative

Le Bureau des passeports, visas et légalisations et le CTIE simplifient le dépôt et le retrait des documents à apostiller ou légaliser. Il est dorénavant possible de préenregistrer et prépayer les documents en ligne et de faire le dépôt et le retrait, dans certains cas, suivant une procédure « fast track ». Avec le nouvel assistant de MyGuichet.lu, les documents enregistrés en ligne peuvent être déposés directement dans une boîte aux lettres, sans attente aux guichets dédiés. La taxe afférente est payable en ligne. Plus d'informations : www.guichet.lu/legalisation

JOURNÉE DÉCOUVERTE
DE L'ÉCONOMIE DE DEMAINVISITE
D'ENTREPRISES
NOVATRICES

Lors de la Journée découverte de l'économie de demain - Lëtzebuerg kann Zukunft -, organisée le samedi 29 septembre 2018, le grand public a pu découvrir 20 entreprises luxembourgeoises qui appliquent déjà des technologies précurseurs et innovantes.

Les entreprises retenues ont déjà souscrit aux principes de la stratégie Rifkin de Troisième Révolution Industrielle en étant actives dans les domaines de l'économie circulaire, des énergies renouvelables, de la digitalisation ou encore de l'autonomie et de l'efficacité énergétiques. Lors de l'événement, organisé en collaboration avec la Chambre de Commerce et IMS Luxembourg, le public a pu découvrir les coulisses des entreprises suivantes : Ama Mundu Technologies (assainissement des eaux usées), GCL Technologies (bouchons connectés), BSI Cleaning (nettoyage industriel), Klin.lu (blanchisserie durable et digitalisée), Vibrationmaster (tests et analyses d'écras-



et de boulons pour l'industrie), LIST (recherche sur les matériaux), Leko (construction durable et circulaire en bois, voir photo), Flen Health (produits biopharmaceutiques), Fast Track Diagnostics (solutions de diagnostic moléculaire), nsi (intelligence artificielle), LLuCS (analyses sanitaires), Sales-Lentz (navette électrique autonome), Annen (construction en bois), Avery Dennison (production automatisée de papier adhésif), Grosbusch (alimentation), Kiowatt (énergies renouvelables), Modulor (menuiserie digitalisée), Nesto / PROgroup (logement circulaire écoresponsable), Ramborn (production de cidre) et Soler - Wandpark Housen-Pëtschent (énergie éolienne). ●

NYUKO
Greater Region's
innovative projects

The yearly closing event of the 1,2,3 Go programme took place on 27 September 2018 at the Chamber of Commerce of Luxembourg. Ten selected project holders pitched their business plan in front of a jury made up of experts, partners and sponsors. Four projects were

chosen to receive higher prizes: Baukobox (web platform for architects), Heimrich (intelligent personal assistant), KILens (lenses for video and photography) and Ghostbuster (security equipment for highways). The 1,2,3 Go programme, led by the non-profit organisation nyuko, has supported innovative projects in the Greater Region for the past 18 years. ●

BCFL

Le cap des trois ans

Le 27 septembre 2018, le Business Club France-Luxembourg (BCFL) a tenu sa troisième assemblée générale, placée sous le thème de l'innovation. Gabriel Crean, conseiller stratégique au ministère de l'Économie luxembourgeoise, a abordé le sujet de l'économie numérique, tandis qu'Yves Reding, CEO d'EBRC, a fait un point sur l'innovation disruptive. Le déjeuner de clôture a permis à plusieurs sociétés membres de présenter la manière dont l'innovation est appréhendée au sein de leurs structures. Le BCFL, dédié à l'approfondissement des échanges entre les communautés d'affaires française et luxembourgeoise, compte 228 membres. ●

La retraite de vos employés, vous la voyez comment ?



Offrez une pension agréable à vos collaborateurs avec **lalux-Staff Protect**

BRÈVES



ENTREPRENEURSHIP

Fiches pratiques

La nouvelle brochure *How to set up a business in Luxembourg* – *Factsheets* rassemble six fiches d'information sur la création d'entreprise au Luxembourg. Destinée aux entrepreneurs et aux investisseurs nationaux et étrangers, elle aborde les principaux aspects de la création d'entreprise: autorisation d'établissement, formes juridiques, immigration, fiscalité, installation au Luxembourg et éducation. Cette publication en anglais sera prochainement disponible dans d'autres langues. Téléchargeable sur le site de la promotion économique: www.tradeandinvest.lu.

OBSERVATOIRE DE LA FORMATION

Début de carrière réussi

1.463 élèves sortis de l'enseignement secondaire général en fin d'année scolaire 2012-2013, dont 83% ont réussi l'examen final, ont été suivis au quotidien jusqu'en 2016 dans le cadre de l'étude TEVA (Transition école-vie active). Il en ressort que l'accès au premier emploi est rapide: quatre mois après la sortie de l'école, seul un diplômé sur quatre n'a pas encore signé de contrat de travail. Le premier contrat correspond à un CDI dans un cas sur deux. Quatre premiers emplois sur cinq sont à temps plein. Le salaire moyen à la première embauche fluctue entre 12 et 16 euros de l'heure selon le certificat ou le diplôme obtenu.



LÉIERPLAZENDAG

Rapprocher élèves et entreprises

Le 25 septembre 2018, RTL et l'ADEM – Orientation professionnelle ont organisé la septième journée des postes d'apprentissage (Léierplazendag) au centre commercial Belval Plaza à Esch, dans le cadre du RTL Jobdag. Cette journée a permis de mettre en relation des jeunes à la

recherche d'un apprentissage avec une vingtaine d'entreprises formatrices à la recherche d'apprentis. La Chambre de Commerce, qui gère la grande majorité des contrats d'apprentissage signés au Luxembourg, partenaire de l'opération, a pu y promouvoir son outil TalentCheck, qui vise à améliorer l'orientation des futurs apprentis. ●

Plus d'informations : www.winwin.lu

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE

CHAMPIONS DU TOURISME

Les lauréats de la première édition du concours Tourism Innovation Award ont été récompensés lors d'une cérémonie de remise de prix organisée le 27 septembre 2018 au Tramsschapp à Luxembourg-Limpertsberg.

Le jury, composé de représentants du ministère de l'Économie, de Luxinnovation, de Luxembourg for Tourism, des Offices régionaux du tourisme, de la Chambre de Commerce et de la Chambre des Métiers, a sélectionné les projets gagnants dans deux catégories. Dans la catégorie « Économie circulaire et développement durable », le vainqueur est la société Ramborn pour son projet « Ramborn Cider Haff », nouveau centre d'information dédié à la production du cidre et à la culture de la pomme dans la région Mullerthal, lieu touristique innovant qui rayonne au-delà des frontières nationales. Il combine tourisme actif, développement durable, savoir-



faire artisanal et produits régionaux. Dans la catégorie « Smart tourism », le lauréat est la société Spoticle pour son application Location Recommendations for Everyone, qui permet aux entreprises touristiques d'accéder à la digitalisation grâce à un outil facile d'usage, rapidement opérationnel et qui nécessite peu d'investissements.

Un Prix du public complète le palmarès de ce Tourism Innovation Award 2018. Celui-ci a été remis à la société Bazar pour *Spillplaz.lu*, site internet et application mobile qui rassemblent les informations concernant toutes les aires de jeu pour enfants du Grand-Duché et qui les géolocalisent. ●

VERKÏERSVERBOND

Multimobilité digitale

L'application mobilitait.lu, lancée en 2006, centralise les données des transports publics pour proposer les meilleurs trajets aux utilisateurs. Dorénavant, l'application va miser sur la personnalisation du service en intégrant la multimobilité. Elle permettra aux usagers de combiner bus, train, tram, voiture, vélo et marche à pied et intégrera, en plus des transports publics, la situation du trafic en temps réel. L'intégration de l'électromobilité, de l'offre des P+R et des vélos en libre-service permettra à l'utilisateur de créer sa propre chaîne de mobilité adaptée à ses besoins personnels. ●

MEET IN LUXEMBOURG

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

luxembourg
convention bureau



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



www.lcb.lu

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

BRÈVES



IMS LUXEMBOURG

Stop aux plastiques

IMS Luxembourg a appelé les dirigeants de son réseau à signer le manifeste ambitieux *Zero Single-Use Plastic*. En quelques jours, plus de 30 CEO se sont engagés dans le combat. L'objectif : mettre un terme à l'achat ou la distribution des plastiques à usage unique (gobelets, pailles, sacs plastique et autres touillettes...) par les entreprises d'ici fin 2020. IMS a mis en place une cellule et un programme d'accompagnement pour procéder à l'analyse de l'empreinte plastique (audit des entreprises) et à la mise en place de solutions concrètes (alternatives au plastique, édition d'un guide...).

LTIO

Stages internationaux

Le ministère de l'Économie propose des stages à l'étranger aux étudiants luxembourgeois qui ont obtenu un diplôme universitaire ou un master. Ces stages rémunérés, d'une durée de trois mois, sont proposés dans les 8 bureaux de promotion économique du Luxembourg : New York, San Francisco, Séoul, Tokyo, Shanghai, Tel-Aviv, Abu Dhabi et Taipei. Les jeunes intéressés peuvent faire parvenir leur candidature motivée au ministère de l'Économie (sarah.haunert@eco.etat.lu), en indiquant quel LTIO (Luxembourg Trade and Investment Office) serait leur premier choix.

CHAMBRE DE COMMERCE

TROIS NOMINATIONS

Tom Baumert a été nommé directeur Entrepreneurship de la Chambre de Commerce, avec effet au 1^{er} octobre. Cette nomination fait suite à celle de Nicolas Fries en tant que CEO de nyuko et celle de Martin Guérin au poste de CEO du Luxembourg-City Incubator, annoncées en août.

Dans ses nouvelles fonctions, Tom Baumert (photo), qui occupait le poste de CEO de la House of Entrepreneurship depuis octobre 2016, est amené à coordonner l'ensemble des offres de services destinées à accompagner le développement des PME du Luxembourg. Cette mission inclut toutes les actions visant à promouvoir l'esprit d'entreprise, y compris auprès de la cible des étudiants. Tom Baumert contribuera en outre au pilotage stratégique des entités connexes du groupe Chambre de Commerce, dont la House of Startups (HoST) et le Luxembourg-City Incubator (LCI), inauguré le 1^{er} octobre et duquel Martin Guérin a



été nommé CEO au cours de l'été. Martin Guérin avait rejoint le Luxembourg en janvier 2016 pour prendre les commandes de nyuko, après une longue expérience dans l'accompagnement de startups au sein de l'agence de développement économique et d'innovation Paris & Co. Les rôles de nyuko sont, quant à elles, reprises par Nicolas Fries, qui a accompagné pendant plusieurs années des entrepreneurs et des startups en Belgique avant de rejoindre en octobre 2016 l'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce et d'occuper par la suite le poste de *business manager* au sein de la House of Entrepreneurship. ●



On 21 September 2018, the Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) and MET-LUX, a Luxembourg company specialised in the vacuum metallisation of various flexible materials, signed a three-year collaboration agreement. As part of the TRANSPERBAR research project funded by the Luxembourg National Research Fund (FNR), the two partners undertake to develop, by May 2021, new packaging solutions combining optical transparency and a controlled permeation rate. They will also focus on improving the preservation properties of transparent food packaging using a new technique of light-transparent and

LIST / MET-LUX

PACKAGING OF THE FUTURE

LIST and MET-LUX have agreed to develop, until 2021, a new thin, flexible and transparent gas permeation barrier coated on a polymer foil for future manufactured products providing transparent and flexible food packaging.

gas-impermeable coating. The food and drinks packaging markets are increasingly looking for flexible and transparent packaging that maintains in particular the preservation properties, hygienic conditions and flavours of its contents. Consumers have a preference for this type of packaging that allows them to see what they are buying, and manufacturers tend to adapt to this trend.

Developing new solutions for transparent and flexible packaging while limiting the penetration of humidity and oxygen underpins the research being carried out concurrently by the LIST and MET-LUX teams. ●



EMILEFRISCH

Iwwerall
ënnerwee

Autocars Emile Frisch
Tél. (+352) 49 61 51-1
www.emile-frisch.lu
info@emile-frisch.lu

LUXEMBOURG SPACE AGENCY

THREE US SPACE COMPANIES SETTLE IN LUXEMBOURG

Three companies originating from the US and specialised in space choose Luxembourg to implement their activities in Europe.



Deputy Prime Minister, Minister of the Economy, Étienne Schneider, announced the arrival of Made In Space, Hydrosat and CubeRover. The US space companies further widen the spectrum of activities of the Luxembourg business-oriented space ecosystem and reinforce the Luxembourg space capabilities. Étienne Schneider stated: “The success of our development strategy for the space sector, including the recent

launch of the Luxembourg Space Agency, is confirmed once more with the settlement in Luxembourg of three space companies that plan to employ up to 85 people in the Grand Duchy by 2023.”

Made In Space, Inc. will open a Luxembourg facility focusing on bringing low-cost robotic systems to Europe. Jason Dunn, founder and director at Made In Space, said: “Combining Made In Space’s success on orbit with the

strategic locale of Luxembourg positions us to develop the best possible product for our customers.”

Hydrosat, a data analytics company that converts thermal infrared imagery from space into innovative business products for agriculture and related industries, will establish new headquarters in the Grand Duchy and also move its R&D activities. Royce Dalby, CEO of Hydrosat, said: “We were attracted by the excel-

lent business environment and the cutting-edge data analytics in Luxembourg.” CubeRover, the space robotics company, will develop next-generation planetary rovers in Luxembourg.

Mike Provenzano, president of CubeRover, said: “With the launch of CubeRover in the Grand Duchy, we will enable customers around the world to begin pursuing lunar science, exploration and commerce.” ●



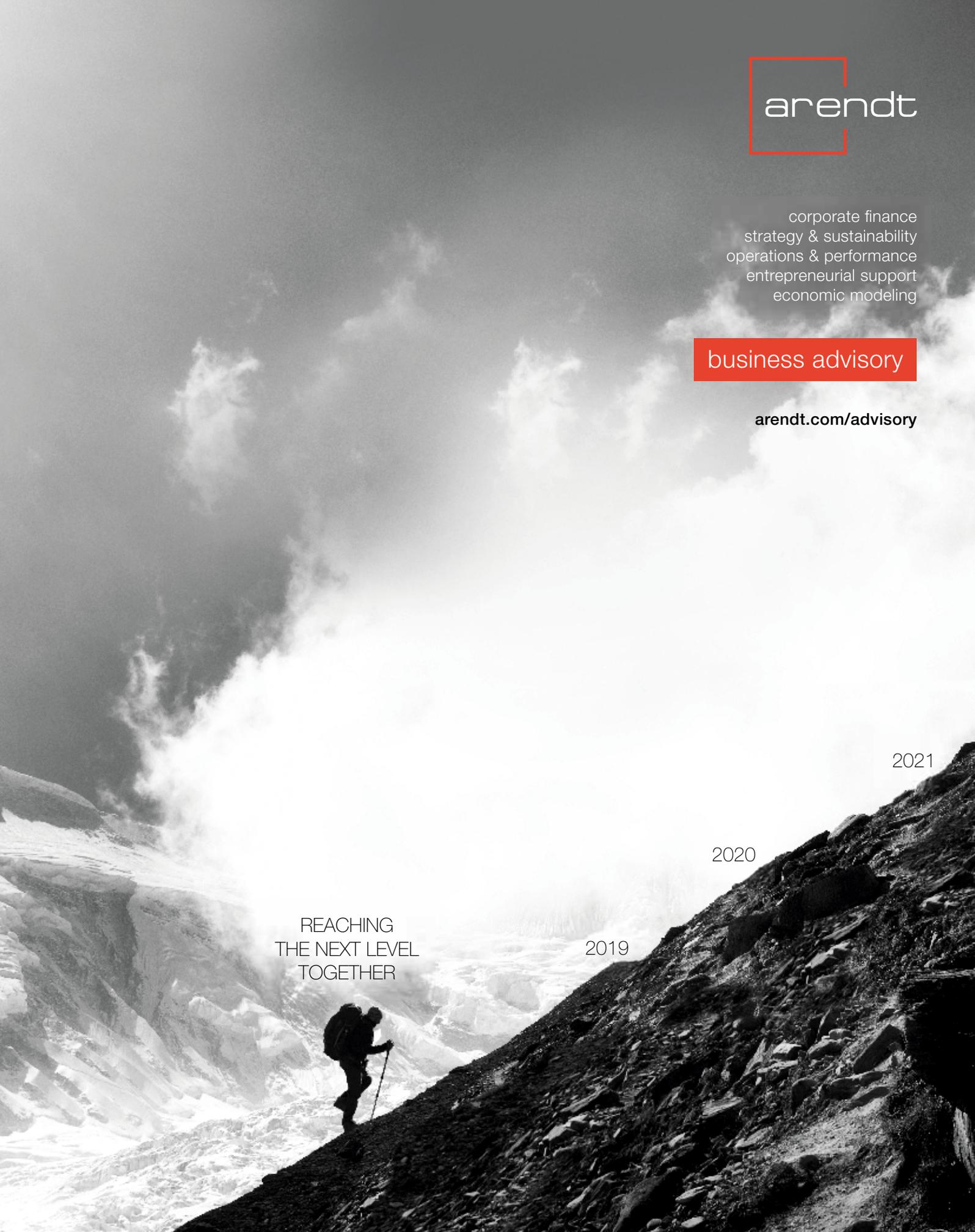
ACEL

150 ÉTUDIANTS À LA REEL 2018

La Réunion européenne des étudiants luxembourgeois (REEL), organisée du 20 au 23 septembre 2018 à Bruxelles, a rassemblé 150 étudiants luxembourgeois poursuivant leurs études à l'étranger. Elle avait pour thème la digitalisation.

Cette 34^e édition annuelle a donné lieu à des échanges entre étudiants et acteurs politiques et économiques sur la digitalisation du travail et ses conséquences sociales. Une table ronde avec la participation de Marc Hansen, ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, Marc Wagener, directeur de la Fondation IDEA et directeur des Affaires économiques de la Chambre de Commerce, Daniel Becker, secrétaire général du Conseil économique et social (CES), et Pol Lutgen, président de l'Association des cercles d'étudiants luxembourgeois (ACEL), a permis de mettre en évidence l'essor de la digitalisation. Si celle-ci facilite le processus de production, il est nécessaire de s'adapter et de réfléchir aux mesures à prendre. Certaines réponses ont été apportées dans le système éducatif de l'enseignement pri-

maire et secondaire, mais le président de l'ACEL a estimé que les études universitaires devaient être mieux adaptées au phénomène de la digitalisation qui ne cesse de prendre de l'ampleur. Les étudiants d'aujourd'hui sont les employés de demain. Or, ils ne sont actuellement pas assez formés, a dit Pol Lutgen. Marc Hansen a rappelé que plusieurs formations et BTS avaient été créés dans l'optique de répondre aux besoins technologiques. Quant à Marc Wagener, il s'est exprimé sur le changement de génération et d'attentes. Enfin, pour le CES, l'accent doit être mis sur les compétences transversales. La formation continue est nécessaire pour faire face au changement, et chacun doit s'informer et prendre en main son destin professionnel. Tel est le message fort qui s'est dégagé de cette rencontre. ●



arendt

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

business advisory

arendt.com/advisory

2021

2020

2019

REACHING
THE NEXT LEVEL
TOGETHER

BRÈVES



LËTZEBUERGER

INFORMATIKSOLYMPIAD

Quatre lauréats distingués

Les 13 finalistes de l'édition 2018 de la Lëtzebuurger Informatikolympiad (LIO) ont reçu un prix offert par la Chambre des Salariés et la Chambre de Commerce, le 13 septembre dernier, dans les locaux du Lycée technique de Bonnevoie. Des prix lauréats ont été décernés aux quatre finalistes qui ont pris part du 1^{er} au 8 septembre à la 30^e International Olympiad in Informatics (IOI) à Tsukuba City au Japon, et à laquelle ont participé 87 pays du monde entier. Neuf autres finalistes ont reçu un prix d'encouragement.

Plus d'informations : www.infosolympiad.lu

JAA CLUB

Rencontres et permanences

Depuis septembre 2017, la Ville de Luxembourg et le Club des ambassadeurs Just Arrived (JAA Club) offrent aux nouveaux citoyens des permanences, des rencontres d'intégration et des visites guidées, dans le but de les aider à mieux prendre leurs marques à leur arrivée au Grand-Duché. Ces services ont repris depuis la rentrée 2018. Actuellement, le JAA Club compte quelque 40 ambassadeurs venant de différents continents (Europe, Asie, Amérique du Nord et du Sud).

Plus d'informations : www.jaaclub.org

TÉLÉTRAVAIL

RÉALITÉ (ENCORE) VIRTUELLE ?

Une table ronde sur le télétravail s'est tenue le 20 septembre à la Chambre de Commerce, avec la participation de son directeur général et de plusieurs personnalités politiques et du monde de l'entreprise.

Grâce aux progrès des technologies, le télétravail est un mode d'organisation en progression constante, qui tend à devenir un sujet récurrent de discussion, voire de revendications de la part des salariés soucieux d'un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Organisé par la Chambre de Commerce avec l'INDR et le Gender Diversity Lobby (GDL), l'événement a réuni Nicolas Schmit, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire (LSAP), les députés Sylvie Andrich-Duval (CSV) et Gilles Baum (DP), Maryse Fisch, du ministère de l'Égalité des chances, et Armin Kögel, de la division de la Santé au travail et de l'Environnement. Étaient également venus en nombre des représentants d'entreprises de diffé-



rents secteurs de l'économie (banque, assurance, industrie...), membres du GDL ou labellisées RSE. Une fois le cadre légal et les seuils en matière de fiscalité et de sécurité sociale rappelés, les questions posées par Isabelle Lebbe (Arendt, membre du GDL) et Fabienne Dasnoy (BGL BNP Paribas, membre du GDL) ont cédé la place à des échanges fructueux. Les entreprises ont souligné les résultats positifs observés (salariés moins stressés, plus productifs...), mais ont exprimé un besoin de clarification du régime juridique et dénoncé un manque de coordination entre les administrations en charge de ces questions. ●

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



BUSINESS CLUB LUXEMBURG

6. Mitgliederversammlung

Am 12. September 2018 fand die jährliche Mitgliederversammlung des Business Club Luxemburg in den Räumlichkeiten der DZ Bank in Frankfurt statt. Ehrengast dieser Sitzung war Jeannot Erpelding, Direktor des Geschäftsbereiches International der luxemburgischen Handelskammer. Im Vorfeld der

Hauptversammlung haben die Mitglieder an einer Führung durch die Europäische Zentralbank teilgenommen. Als besonderes Highlight wurde die Gruppe von Direktoriumsmitglied Yves Mersch empfangen. Mersch unterstrich die überlebenswichtige Bedeutung einer guten Kooperation mit den Nachbarländern für das Großherzogtum. ●

STATEC

Le « Luxembourg en chiffres 2018 » est disponible

Le STATEC vient de publier la nouvelle édition du Luxembourg en chiffres dans un design retravaillé. La brochure fournit, sur 52 pages, les données statistiques de base sur le Grand-Duché, illustrées par des infographies et des graphiques. Des comparaisons internationales permettent de situer le Luxembourg par rapport aux pays de l'Union européenne et aux principales économies du monde. La brochure est disponible auprès du STATEC, ou téléchargeable sur www.statistiques.public.lu, rubrique « Publications ». ●



Les risques, il vaut mieux
les prendre pendant l'apéro

Si l'envie vous démange, prenez un risque culinaire plutôt qu'un risque financier. Mettez votre capital au travail en confiant votre patrimoine à Capital at Work. Grâce à notre processus d'investissement cohérent nous nous engageons à assurer une croissance soutenue de votre patrimoine. Vous pouvez donc profiter de la vie pendant que nos experts passionnés gèrent votre capital.

capital at work
Wealth Management  Foyer Group

Dirigez-vous vers capitalatwork.com et prenez rendez-vous avec votre Wealth Manager.

WEALTH MANAGEMENT | ESTATE PLANNING

BRÈVES

COMMUNICATIONS & MÉDIAS
La 5G au Luxembourg

Le Premier ministre et ministre des Communications et des Médias, Xavier Bettel, a présenté la stratégie pour la 5G au Luxembourg. Les réseaux mobiles de 5^e génération (5G) permettront la prochaine vague de productivité et d'innovation dans les différents secteurs de l'économie et ouvriront de nouvelles possibilités dans de nombreux domaines de la vie quotidienne. La stratégie nationale s'inscrit dans le cadre du plan d'action pour la 5G de la Commission européenne et de la feuille de route européenne pour l'introduction de la 5G en 2020. Contact : 5G@smc.etat.lu

LUNOG

New network operator group

LU-CIX has announced the creation of LUNOG, the Luxembourg Network Operator Group, the fruit of a collaborative initiative between Conostix SA, Fondation Restena, LU-CIX asbl, LuxNetwork SA and Security Made in Lëtzebuerg GIE. LUNOG aims to be the community of network operators willing to foster free exchanges and sharing and its sole purpose is to support people working for the ICT community in Luxembourg regarding the state of the network. Registration is free. More information on: www.lunog.lu

FIT4CODINGJOBS
100^e développeur certifié

Le 12 septembre 2018, les participants de Fit4CodingJobs ont reçu leur certificat lors d'une cérémonie au Technoport, à Esch-Belval, qui a marqué le franchissement du seuil des 100 développeurs certifiés. Financé par le ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire

et le Fonds social européen, Fit4CodingJobs permet aux candidats sélectionnés par l'ADEM de recevoir gratuitement une formation intensive en coding, désormais dispensée en anglais et complétée par un module « Employabilité ». Plus de 80 % des certifiés trouvent un emploi dans les six mois qui suivent la formation. ●

ACA

Dix assureurs-vie luxembourgeois à Lyon

Pour la première fois, 10 assureurs-vie nationaux ont participé, sous la bannière de l'ACA, à Patrimonia (Lyon). Le salon dédié à l'écosystème de la gestion patrimoniale a rassemblé 7.000 congressistes, principalement des conseillers en gestion de patrimoine. La France est le premier marché des assureurs-vie luxembourgeois depuis 2010. En 2017, l'encaissement réalisé a progressé de près de 40 %, totalisant, avec 9 milliards d'euros, 38 % de l'encaissement à l'international. Les assureurs luxembourgeois proposent des solutions conformes aux droits européen et français, en complément de celles des assureurs français. ●

MEET LUXEMBOURG 2018

PROMOUVOIR LE TOURISME DE CONGRÈS

Le 13 septembre dernier, la secrétaire d'État à l'Économie, Francine Cloesener, a participé à l'ouverture officielle de la deuxième édition de Meet Luxembourg.

Placé sous le haut patronage du ministère de l'Économie, l'événement s'est déroulé du 12 au 14 septembre à Luxexpo The Box et était organisé par le Cluster Mice, en collaboration avec l'agence de promotion touristique nationale Luxembourg for Tourism. Quelque 45 professionnels luxembourgeois ont ainsi présenté leurs services auprès d'une centaine d'organismes de congrès internationaux et nationaux. Eu égard à l'importance du secteur - 13,2 % des nuitées réalisées en 2017 dans l'hôtellerie au Grand-Duché sont liées à la tenue de conférences et congrès -, le ministère de l'Économie et ses partenaires ont pour ambition d'en-



trer dans le top 50 des destinations mondiales pour l'organisation de congrès internationaux. À ce titre, Francine Cloesener a présenté sa stratégie intitulée « Perspectives et ambitions du secteur Mice », qui trace les champs d'action prioritaires. Il s'agit de renforcer l'image et la visibilité du Grand-Duché au niveau international à travers des événements phares, contribuer à la consolidation et au développement des secteurs économiques prioritaires et générer des retombées directes et indirectes pour l'économie nationale. Toute la raison d'être du nouveau film promotionnel du Grand-Duché en tant que destination Mice, dévoilé en avant-première. ●



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

BRÈVES



INFPC

L'e-learning en plein essor

Selon une enquête menée par l'Observatoire de la formation, les organismes de formation institutionnels / sectoriels forment près de deux personnes sur cinq au Luxembourg (chiffres de 2016) et près des trois quarts des organismes de formation privés emploient moins de cinq salariés. Les formations sur mesure et catalogue intra-entreprise sont les plus demandées. Les solutions e-learning se développent et constituent très souvent un complément aux formations proposées en mode présentiel.

Plus d'informations : www.lifelong-learning.lu

ILNAS

Des clés pour l'IoT

L'ILNAS vient de publier, avec le support du ministère de l'Économie, un white paper dédié au domaine de l'Internet of Things (IoT). Ce réseau d'objets connectés capable de collecter et d'échanger des données est l'un des concepts les plus prometteurs issus de la convergence des technologies de l'information et de la communication (TIC). Son adoption se généralise à tous les secteurs économiques et offre des améliorations tant pour la société que pour l'économie ou l'environnement.

Plus d'informations : www.portail-qualite.public.lu

MINISTRY OF THE ECONOMY

BUSINESS-FOCUSED NATIONAL SPACE AGENCY LAUNCHED

Luxembourg's space agency will not directly conduct research or launch missions, but foster collaboration between key players in the space industry.

The Luxembourg Space Agency (LSA) officially launched operations with the goal of promoting the further economic development of the Grand Duchy's space industry by attracting businesses, developing human resources, providing innovative financial solutions and supporting educational and research infrastructure. Marc Serres, vice chair of the ESA council and formerly of satellite tech company Hitec, was named CEO of the agency. Under the authority of the Ministry of the Economy, the agency is partnering with leading national academic, research and business organisations and communities as well as other public institutions within Luxembourg's



extensive ecosystem of public - and private - sector stakeholders. For more than three decades, space-related services and businesses have developed and today commercial space activity accounts for nearly 2% of GDP, among the highest ratios in Europe. To fund space innovation, the LSA is setting up with its partners a venture capital vehicle to be established as a reserved alternative investment fund, with financial backing from the public sector as well as private investors. The Luxembourg Space Fund targets an initial 100 million EUR in capital, its goal is to provide equity funding for new space companies with groundbreaking ideas and technology. ●



UNIVERSITY OF LUXEMBOURG

First TEDx

The University of Luxembourg will host the first "TEDx University of Luxembourg" event on 26 October on Belval campus. The theme for this event is "Ideas 4.0". Two natural scientists, two social scientists, a musician, two medical doctors,

a journalist, a manager, a fintech expert, an entrepreneur, an education expert and a student will share how they embrace innovation and critical thinking, enriching our vision of the future. Three artist teams will surprise the audience with traditional and modern ways of expression. ●

Tickets available only via www.tedxuniversityofluxembourg.com

CSSF

Marco Zwick, nouveau directeur

Le 3 septembre 2018, le ministre des Finances, Pierre Gramegna, a assermenté Marco Zwick en tant que nouveau directeur de la CSSF. Il succède ainsi à Simone Delcourt, qui a fait valoir ses droits à la retraite et reprend le domaine de compétence du métier OPC et des PSF spécialisés. Il détient un MBA de la Sheffield Business School (Hallam University) et a occupé diverses fonctions dans le secteur financier depuis 1989. De 2010 à 2016, il a également été président de la Luxembourg Association for Risk Management et siège au conseil de l'Economist Club au Luxembourg. ●

*You've got the power
to bring* **HAPPINESS!**

**LES GIFT PASS SODEXO,
DU BONHEUR À CONSOMMER
DANS LES MAGASINS**



Avec le Gift Pass, vous offrez le plus beau des cadeaux :
vos collaborateurs choisissent eux-mêmes le cadeau qui
leur plaît dans plus de 400 points de vente au Luxembourg.

sodexo
QUALITY OF LIFE SERVICES

www.sodexobenefits.lu

Un team local à votre disposition - T. 26 109 410



DOSSIER



Photo : Pierre Guersing



En investissant systématiquement dans un service et des infrastructures de haute qualité, l'entreprise familiale Sporthotel Leweck à Lipperscheid a récemment pu remporter le label « Logis d'exception », qui fédère « des lieux hors du commun, riches d'histoires singulières, incarnés par des propriétaires et chefs dévoués et passionnés qui ont à cœur de transmettre leur art, vecteur d'émotions fortes et authentiques ».

SECTEUR HORECA

ENTRE TRADITION ET MODERNITÉ

Près de 20.000 personnes travaillent au Luxembourg dans le secteur horeca. En y ajoutant les personnes qui vivent indirectement des activités de l'hôtellerie, de la restauration et des cafés – tels les fournisseurs et les brasseries –, le chiffre grimpe à 33.000 salariés, ce qui représente 8,8 % de l'emploi total du pays. Si globalement le secteur se porte plutôt bien et continue à offrir d'intéressantes opportunités d'affaires et des possibilités d'épanouissement professionnel, les défis restent nombreux.

Texte : Patrick Ernzer

mener des discussions animées avec ses clients, dont une majorité est constituée de fidèles. Ses maigres recettes ne lui permettent pas d'employer une aide-service, ni même de tirer un salaire de son travail. Le jour où madame Leyen arrêtera de servir ses clients sera aussi celui où son établissement – qui a ouvert ses portes en 1883 – les fermera définitivement, clôturant ainsi une aventure entrepreneuriale qui aura marqué l'histoire du village durant plus de 135 ans.

An Demessen fait partie de ces cafés de village emblématiques, dont la tradition se perd inexorablement et irrémédiablement. Un regard sur les statistiques suffit à illustrer l'envergure de l'hécatombe. Si le Luxembourg comptait encore 1.641 cafés en 1985, il n'en restait au tournant du millénaire déjà plus que 1.400. Les derniers chiffres disponibles (datant de 2013) relèvent tout juste 1.095 unités. Avec une tendance nette à la baisse...

À 90 ans, Marguerite Leyen, propriétaire du bistrot An Demessen à Steinfort, continue d'accueillir tous les jours – sauf le mercredi, jour de repos – ses clients avec le sourire. Dans un attendrissant portrait publié par le média en ligne Reporter, madame Leyen, qui tient son café depuis plus de 60 ans, avoue continuer son activité par habitude, mais surtout parce qu'elle prend toujours plaisir à travailler et adore





Label Wëllkomm

Le label de qualité Wëllkomm (bienvenue) a été lancé fin 2015 par l'Horesca, en partenariat avec le ministère de l'Économie et la Chambre de Commerce. Il a pour objectif de revaloriser l'image de marque du secteur horeca, d'améliorer la qualité des établissements et de faciliter le choix pour les clients, tout en mettant en valeur les adhérents. Pour obtenir le label, les établissements intéressés signent une charte par laquelle ils s'engagent à respecter des critères de qualité dans les domaines du service, de l'hygiène et du développement durable. Les signataires suivent ensuite des formations qui mettent un accent particulier sur le volet sécurité alimentaire, expliquent les bonnes pratiques en matière d'hygiène et présentent une gamme variée de produits régionaux, afin que les entreprises engagées puissent proposer davantage de produits du terroir à leurs clients. Une fois la charte signée et la formation achevée, les adhérents peuvent apposer un autocollant aux couleurs du label sur leur devanture. La charte signée, quant à elle, est affichée à l'intérieur de l'établissement, afin que la clientèle puisse prendre connaissance des engagements pris.

Plus d'informations sur www.wellkomm.lu



01.

LE BISTROT DU COIN : UN MODÈLE EN VOIE D'EXTINCTION

Le traditionnel café du coin auquel le chansonnier luxembourgeois Serge Tonnar consacra en 2012 le titre 'Bopebistro' (bistrot de pépères), avant d'entamer en guise d'adieu une tournée à travers les « Bopebistros » restants du pays, n'a donc définitivement plus la cote. Son rôle essentiel de rassembleur et de source d'information des habitants du village s'est perdu pour de bon. Aujourd'hui, les derniers potins sont consommés en live sur les réseaux sociaux. Plus besoin de se déplacer au bistrot pour espérer connaître « la dernière ». Le développement fulgurant des technologies de l'information et le changement profond qu'elles ont suscité dans nos modes de communication et de vie ne sont cependant qu'une des nombreuses explications de l'extinction progressive d'une institution qui pendant de longues décennies constituait – avec l'église et les clubs sportifs et culturels – le moteur de la vie dans les villages. Parmi les nombreuses autres raisons ayant accéléré la chute du bistrot traditionnel, on peut citer la flambée des prix du foncier, une rentabilité en berne, l'évolution démographique, l'in-

terdiction de fumer, l'introduction d'une législation plus stricte en matière de consommation d'alcool, la multiplication des contraintes administratives, l'augmentation du prix de l'eau ou encore la hausse de la TVA (de 3 % à 17 %) en 2017.

« On constate aussi une très nette évolution dans le choix de consommation et les habitudes des clients. Les sorties se font aujourd'hui de préférence au restaurant. Le bistrot a perdu beaucoup de son attrait. Le restaurant offre tout simplement une expérience qu'un bistrot peut difficilement concurrencer », explique Dave Giannandrea de l'Horesca, la Fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Grand-Duché de Luxembourg. Les statistiques confirment cette appréciation, puisque l'évolution du nombre de restaurants est diamétralement opposée à celle des bistrots et cafés. Alors qu'en 1985, on ne comptait au Luxembourg que 417 restaurants (contre 1.641 cafés), cette tendance s'est totalement inversée en trois décennies, puisque le pays compte aujourd'hui près de 1.300 restaurants contre à peine encore 950 cafés, selon l'estimation de l'Horesca.

Pour arrêter la saignée des cafés de village, l'Horesca a multiplié les initiatives et mesures de soutien.



Photo: restaurant Breedewe

02.

Ainsi, la fédération a lancé fin 2015, en partenariat avec le ministère de l'Économie et la Chambre de Commerce, le label de qualité *Wëllkomm* (bienvenue), qui s'adresse à tous les débits de boissons (bistrot de village, cafés, bars... avec ou sans alcool) qui souhaitent investir dans la qualité et utiliser cet investissement comme outil de promotion et argument de vente (voir info box p. 44). Accessoirement, le portail officiel du label (www.wellkomm.lu) fonctionne aussi comme outil de promotion pour les établissements adhérents en les présentant avec photo et texte explicatif et en permettant aux visiteurs de lancer des recherches sur des critères géographiques et/ou de services (terrasse, parking, accessibilité pour personnes à mobilité réduite, accueil enfants et familles, jeu de quilles, snacks, journaux...).

Une autre initiative a vu le jour en mai dernier avec le lancement – toujours par l'Horesca avec le soutien de la Chambre de Commerce – de *Up & Down*, un jeu de cartes développé par le créateur luxembourgeois Jean-Claude Pellin et tiré à 2.000 exemplaires, pour relancer la tradition du jeu de cartes dans les bistrotts et contribuer de cette manière à la promotion de la culture des cafés. ▶

01. À 90 ans, Marguerite Leyen, propriétaire du bistrot *An Demessen* à Steinfort, continue d'accueillir ses clients avec le sourire dans son café qui a ouvert ses portes en 1883.

02. Certains établissements misent sur un emplacement privilégié et une offre haut de gamme pour attirer leur clientèle.



INTERVIEW
CLAUDE RIES
Conseiller-formateur, Horesca

“Même en temps d'appréciations subjectives sur Internet, les étoiles gardent leur pertinence”

Comment fonctionne la nouvelle classification officielle des hôtels au Luxembourg, qui a été lancée fin mars 2017, et en quoi se distingue-t-elle de l'ancienne ?

« La nouvelle classification officielle des hôtels au Luxembourg est le résultat d'une étroite collaboration avec le ministère de l'Économie, en partenariat avec *Hotelstars Union*, qui regroupe 17 pays au niveau européen. Le système de classification attribue entre une et cinq étoiles, avec des classes intermédiaires, appelées 'Superior'. En tout, ce sont 270 critères, répartis dans sept domaines, qui sont revus périodiquement pour répondre au mieux aux attentes et besoins de la clientèle : informations générales de l'hôtel, réception et services, aménagement, gastronomie, organisation d'événements, loisirs, qualité et activités en ligne. L'hôtelier doit effectuer une auto-évaluation. Cet exercice permet à l'exploitant de se familiariser avec les critères et de situer son établissement. Afin de garantir la neutralité et l'objectivité nécessaires, les inspections dans les établissements sont effectuées par au moins deux personnes, dont un fonctionnaire assermenté du ministère de l'Économie et un représentant de l'Horesca. La commission d'hébergement, où siègent des représentants du ministère, de l'association professionnelle et des structures touristiques nationales, valide par la suite

l'évaluation en tenant compte du dossier d'inspection, ainsi que des remarques du responsable de l'hôtel. Après la remise du panneau, l'hôtel classé s'engage à respecter les critères de classification pendant la période de 4 ans de validité de la classification. Cette dernière est volontaire, à l'inverse de l'ancienne classification *Benelux* devenue démodée et qui était une classification obligatoire pour les hôtels. La nouvelle classification est plus moderne et mieux adaptée aux évolutions du marché et aux attentes des clients. L'ancienne (*Benelux*) est encore valide jusqu'à la fin de cette année. À partir de janvier 2019, seuls les hôtels classés selon les critères de la nouvelle classification pourront donc afficher leurs étoiles.

Comment ce nouveau système a-t-il été reçu par les hôtels du pays ?

« Avec plus de 50 hôtels classés en une bonne année, nous sommes très satisfaits du résultat. Une période de transition de 2 ans a permis aux hôteliers de se familiariser avec le nouveau système et, dans certains cas, d'adapter leur établissement. Les hôteliers savent que les étoiles constituent un message clair et simple pour les hôtes en matière de standards d'équipement et de services. Seule une classification officielle offre des critères établis et confirmés, une reconnaissance internationale et un message juridiquement irréprochable. »



INTERVIEW
FRANÇOIS KOEPP
CEO & secrétaire général, Horesca

“ La digitalisation peut augmenter le confort du client ”

La digitalisation touche de plein fouet tous les secteurs économiques. Quel est son impact sur le secteur horeca ?

« La digitalisation doit être perçue par notre secteur comme une opportunité de réaliser des gains de productivité pour augmenter la rentabilité des entreprises de l'horeca. Mais l'impact de la digitalisation dans l'horeca ne sera pas identique à celui qu'il a eu et continue à avoir dans l'industrie manufacturière. En effet, certains métiers de notre secteur ne peuvent que très difficilement, voire pas du tout, profiter des avancées de la numérisation. On ne pourra, par exemple, pas digitaliser le service classique en restaurant, ni la cuisine, ni de nombreux autres services où les clients s'attendent à une prise en charge personnalisée. Il en va évidemment tout autrement en matière de gestion et de management, qui sont des domaines où la digitalisation peut apporter de réelles avancées et des gains de productivité. Mais de manière générale, nous parlons plutôt d'économies à petite échelle, qui demandent pourtant souvent de gros investissements, que les plus petits établissements ne sont malheureusement pas toujours en mesure de fournir.

Comment le secteur peut-il saisir les opportunités offertes par la digitalisation ?

« Il existe de multiples opportunités à saisir pour celui qui en a la volonté et surtout les moyens. La digitalisation peut être mise au service du client pour augmenter son confort, par exemple par la smart TV, mais aussi par le wifi, qui est aujourd'hui un must dans notre secteur d'activité. Mais avant tout, les petites entreprises peuvent améliorer le service par des portiers électroniques, des check-in et check-out automatisés ou encore les clés des serrures électroniques que l'on pourra envoyer sur le smartphone du client pour accéder à l'hôtel et à la chambre en cas d'arrivée tardive, sans que l'hôtel ne doive assurer une présence physique 24 h/24 à la réception. »



Photo : Pierre Guersing

04.

UNE RENTABILITÉ DIFFICILE

Si ces initiatives sont toutes louables, elles peuvent parfois paraître dérisoires face à l'envergure des très nombreux défis auxquels les cafetiers sont confrontés aujourd'hui. Il est évident que sans autres aides, le nombre de cafés traditionnels va continuer à chuter. Le gouvernement, qui par le passé s'est vu obligé de prendre plusieurs décisions allant à l'encontre des intérêts des exploitants de cafés - interdiction de fumer, hausse de la TVA, baisse du taux autorisé d'alcoolémie -, est conscient des problèmes rencontrés par le secteur et essaie d'intervenir.

En mars dernier, il a annoncé que les investissements réalisés par des cafés et des bistrotiers adhérents à la charte *Wëllkomm* seront, à l'avenir et sous certaines conditions, éligibles aux aides à l'investissement, au même titre que le sont actuellement les investissements réalisés par les restaurateurs, les hôteliers et d'autres PME. Encore faut-il que les exploitants de cafés et bistrotiers aient les moyens d'investir, ce qui, pour les plus petites structures, n'est souvent pas ou plus le cas. François Koepf, CEO et secrétaire général de l'Horesca, pointe du

04. Les jeunes générations sont de plus en plus attentives à leur qualité de vie et ne sont souvent plus prêtes à accepter les contraintes imposées par certaines professions de l'horeca. Face à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée, certains hôteliers innoveront pour attirer de nouveaux talents...

05. ... d'autres misent sur des concepts visant à garder le client - de l'apéro jusqu'à la piste de danse - dans un même établissement. C'est le cas du Hitch, qui fait partie du groupe Concept+Partners, qui exploite actuellement 11 établissements parmi les plus courus, tels que le Bowls, Brauhaus, Meat Point, Siegfried, Kin Khao, Schräinererei ou encore Barrels.



Photo : Pierre Guersing

05.

doigt une dégradation généralisée de la rentabilité dans le secteur horeca en expliquant que « la part des dépenses de personnel dans le chiffre d'affaires n'a fait que croître entre 2008 et 2015, passant de 32,4 à 38,7 %. Ce ratio est stable pour les pays voisins du Luxembourg. Le secteur de l'hébergement, de la restauration et de la cafétéria souffre bien d'un affaiblissement de sa rentabilité sans possibilité de s'adapter en termes de coût de sa main-d'œuvre. Entre 2005 et 2015, les prix dans les hôtels, cafés et restaurants ont augmenté de 35 %. Soit plus que l'inflation globale au Luxembourg. Notre secteur, qui offre une porte d'entrée à de nombreuses personnes non qualifiées, compte plus de 50 % des travailleurs au salaire social minimum (SSM). Le SSM non qualifié a progressé de 1.467 euros en 2005 à 1.998 euros en 2018, soit une hausse de 36 %. Les prix se sont ainsi ajustés à la main-d'œuvre. Toutefois, ce n'est pas le cas de l'activité en volume par employé, qui a eu tendance à diminuer. Or, cette baisse provoque un accroissement continu de la part des dépenses de personnel par rapport au chiffre d'affaires et, par conséquent, la dégradation inexorable de la rentabilité. »

LA CONCURRENCE NUMÉRIQUE

Pour le secteur de l'hébergement et de l'hôtellerie, l'entrée dans l'ère numérique a surtout été marquée par l'apparition soudaine d'une nouvelle forme de concurrence agressive s'appuyant sur la digitalisation de services jadis proposés directement par les acteurs du secteur. Ce sont surtout les nouvelles plates-formes de réservation en ligne de type Booking.com et les plates-formes communautaires de location et de réservation de logements de particuliers de type Airbnb, Couchsurfing ou encore BeWelcome qui mécontentent les hôteliers et autres professionnels de l'hébergement par des pratiques commerciales qu'ils jugent être déloyales.

Ces nouveaux acteurs numériques viennent concurrencer directement le secteur de l'hébergement traditionnel en mettant en question son modèle commercial. Airbnb, la plus importante des nouvelles plates-formes d'hébergement, affiche plus de 700 références pour le Luxembourg, et l'Horesca estime le nombre de nuitées annuelles vendues via Airbnb sur le territoire du Grand-Duché à plus de 150.000. Si le chiffre avancé est difficilement véri- ►



Expogast

Tour d'horizon de la gastronomie internationale et reflet du raffinement culinaire, le salon Expogast se tient tous les 4 ans pour célébrer les métiers de bouche. Cinq jours tambour battant avec des chefs en devenir, des protagonistes cinq étoiles et des plats fascinants dignes des restaurants les plus prestigieux. Constituant une place de choix pour les spécialistes du secteur, cet événement culinaire régale ses convives à travers une ambiance chaleureuse, une cuisine innovante et des concours gastronomiques. Organisée sur une surface totale de 24.700 m² à Luxexpo The Box, la prochaine édition aura lieu du 24 au 28 novembre. La Chambre de Commerce y animera un grand stand d'information sur les professions de l'horeca.

Plus d'informations sur www.expogast.lu



Photo : Pierre Guersing

06.

06. En deux décennies, les choix de consommation et les habitudes des clients ont largement évolué. Les sorties se font aujourd'hui de préférence au restaurant (photo: Elch) au détriment du bistrot traditionnel, qui a perdu beaucoup de son attrait.

07. Si les nombreuses émissions TV culinaires ont redoré l'image des cuisiniers, beaucoup de jeunes sous-estiment l'engagement et les sacrifices exigés par une profession qui demande surtout une grande passion du métier.

fiable, il est indéniable qu'Airbnb connaît aussi dans nos régions un succès retentissant. Or, les hôtes qui proposent leur offre d'hébergement sur Airbnb et autres plates-formes similaires n'ont actuellement pas besoin de se conformer à la législation sur le contrôle des voyageurs et ne paient ni taxe locale, ni TVA. Bien qu'au Luxembourg les revenus issus d'un bail à court terme doivent impérativement être déclarés comme bénéfices commerciaux, il n'existe pas de contrôles systématiques pour vérifier le respect de cette obligation par le contribuable, même si rien n'empêche évidemment l'Administration des contributions directes de consulter l'offre proposée pour le Luxembourg sur le site Airbnb... Par ailleurs, cette nouvelle offre d'hébergement ne crée – contrairement à l'hôtellerie traditionnelle – aucun nouveau poste de travail et n'a donc aucun effet de résorption du chômage. Elle entraîne cependant un effet indésirable sur le marché de l'immobilier luxembourgeois, puisqu'elle contribue à exacerber la pénurie de l'offre de la location d'habitations, qui se manifeste pour les consommateurs par une hausse des prix des loyers.

Les acteurs traditionnels de l'hébergement estiment que le modèle économique et les pratiques

des nouveaux acteurs numériques constituent une concurrence déloyale, étant donné qu'ils échappent aux nombreuses obligations auxquelles les acteurs établis doivent se conformer sous peine d'encourir des sanctions prévues par la loi. Afin de recréer une égalité de traitement entre les nouveaux et anciens acteurs de l'hébergement, et donc des conditions de travail équitables pour tous, l'Horesca exige une rapide réglementation du secteur de l'économie collaborative. En attendant une réglementation européenne commune, plusieurs pays membres ont déjà pris les devants en introduisant des règles nationales.

ÉVITER LES ABUS DE POSITION DOMINANTE

Si l'arrivée d'Airbnb est quasi unanimement regrettée par les professionnels traditionnels de l'hébergement, ceux-ci portent un regard plus nuancé sur les plates-formes de réservation en ligne de type Booking.com. Si ces nouvelles plates-formes permettent aux acteurs locaux d'obtenir une visibilité mondiale et donc d'attirer une nouvelle clientèle, la commission demandée – qui varie de 12 à 25 % du prix de la chambre – est jugée bien trop élevée et pèse trop lourd sur les marges déjà réduites des hôtels. Faute d'une limitation des commissions



07.

par une réglementation nationale ou, de préférence, européenne, le secteur n'a d'autre choix que d'accepter les conditions dictées par les nouveaux géants de la réservation en ligne. Une de ces conditions stipule que l'hôtel adhérent est obligé de toujours offrir à la plate-forme le meilleur prix de vente, ce qui le prive de la possibilité d'offrir à ses clients le meilleur prix sur son propre site Internet. L'Horesca regrette que le Luxembourg n'ait toujours pas interdit cette pratique dite « best-price », contrairement à de nombreux autres pays comme la France, l'Italie ou l'Autriche, qui ont adapté leurs législations respectives pour endiguer tout abus de position dominante.

Comme les pratiques commerciales des nouveaux géants numériques du tourisme ne sont pas encadrées, le secteur réagit en cherchant des alternatives. Ainsi, l'Horesca s'est associée au prestataire belge Stardekk pour offrir aux professionnels de l'hébergement luxembourgeois, via le site *hotel.lu* (et *hotels.lu*), la possibilité d'utiliser Cubilis, un moteur de réservation sans commissions qui permet aux hôtels, campings et auberges de jeunesse qui disposent déjà d'un propre site web d'y intégrer un module de réservation personnalisable permet- ►



INTERVIEW
FRANCINE CLOESENER
Secrétaire d'État à l'Économie

“

Le tourisme de congrès est un pilier important dans la diversification économique du pays

”

Dans le cadre de la deuxième édition du salon Meet Luxembourg, vous avez présenté mi-septembre une stratégie de développement du tourisme de congrès qui vise à faire rentrer le Luxembourg dans le top 50 des destinations mondiales pour l'organisation de congrès internationaux. Quels sont les principaux piliers de cette stratégie ?

« Le secteur MICE présente un important potentiel de croissance et constitue un moteur indéniable en termes de développement des secteurs économiques prioritaires du Grand-Duché. Pour pouvoir exploiter ce potentiel, nous avons défini avec les acteurs du secteur une ambition stratégique autour de trois objectifs : renforcer l'image et la visibilité du Grand-Duché au niveau international à travers des événements phares ; contribuer à la consolidation et au développement des secteurs économiques prioritaires ; et générer un maximum de retombées directes et indirectes pour l'économie nationale. Un des exemples phares pour renforcer le secteur est certainement la création prochaine d'un bureau national qui représente le dernier maillon dans le processus de professionnalisation du secteur touristique et constituera à la fois le moteur et le visage du secteur MICE au Luxembourg.

Quel est l'impact potentiel de cette stratégie sur le secteur horeca ?

« Les 3 millions de nuitées passées au Luxembourg en 2017 démontrent que le Luxembourg est une destination de choix, non seulement pour le tourisme de loisirs mais également pour le tourisme de congrès. L'importance du secteur MICE au Luxembourg est indéniable dans la mesure où 13,2 % des nuitées réalisées en 2017 dans l'hôtellerie au Grand-Duché sont liées à la tenue de conférences et de congrès. Le tourisme de congrès est un pilier important dans la diversification économique du pays et génère des retombées économiques dans l'hôtellerie, la restauration et le petit commerce qui sont en moyenne trois fois plus élevées que pour les voyageurs de loisirs. La stratégie de développement MICE permettra un démarchage plus ciblé des organisateurs de congrès, afin de renforcer le positionnement du Luxembourg et d'augmenter son rayonnement international. »



Hotrec

L'Hotrec est la fédération européenne des hôteliers, restaurateurs et cafetiers. Elle représente à ce titre une industrie comptant aujourd'hui près de 1,8 million d'établissements, dont 99% sont des PME et 91% des microentreprises de moins de 10 salariés, pour un volume global d'affaires de 250 milliards d'euros. Le secteur de l'horeca représente par ailleurs quelque 10,2 millions d'emplois dans l'Union européenne. L'Hotrec réunit actuellement 43 fédérations et associations européennes défendant les intérêts du secteur horeca dans 30 pays.



08.

tant aux clients de réserver une chambre facilement et rapidement sur tout type de support (ordinateur, téléphone portable ou tablette). Au lieu d'une commission sur chaque chambre vendue, l'établissement ne paie qu'un forfait mensuel, qui s'élève à 10 euros pour les structures disposant déjà d'un site web, et à 70 euros pour celles qui n'ont pas de site propre et créent celui-ci en utilisant la solution proposée à cet effet par Cubilis.

Pour le secteur horeca, les défis apportés par la digitalisation de l'économie ne se limitent cependant pas à l'émergence de nouveaux acteurs globaux surpuissants, mais se reflètent aussi dans un changement parfois radical des attentes des clients. Avec l'apparition de sites d'évaluation en ligne, ceux-ci disposent soudainement d'un énorme pouvoir d'influence sur la réputation d'un établissement touristique ou gastronomique. Certains clients n'hésitent d'ailleurs pas à monnayer ce pouvoir contre des avantages en nature et/ou des remises substantielles, parfois jusqu'à menacer l'exploitant d'une évaluation négative si celui-ci ne donne pas de suite

favorable aux exigences – parfois fantaisistes – du client. Un phénomène de plus qui demande à être encadré par une législation adaptée.

UN MANQUE CRIANT DE MAIN-D'ŒUVRE QUALIFIÉE

Malgré les nombreux défis et contraintes qui pèsent sur le secteur horeca, le nombre d'emplois ne cesse d'augmenter, si bien qu'il se trouve confronté à un manque criant de main-d'œuvre qualifiée. En 2017, le secteur a ainsi créé 585 nouveaux postes de travail. Lors d'une conférence de presse début octobre, le ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire, Nicolas Schmit, a déclaré qu'il existait actuellement 1.000 postes non occupés dans le secteur horeca. François Koepf, également présent à la conférence de presse, estimait ce même nombre plutôt à 2.000 postes.

S'il est encore assez facile de trouver des candidats pour les postes à grande responsabilité, ainsi que pour les postes qui demandent très peu de qualifications, tels que plongeur ou femme de chambre,



Photo: Jan Schwarz

09.

il en va tout autrement pour les postes intermédiaires qui demandent une sérieuse qualification du personnel engagé, puisque celui-ci sera directement en contact avec le client et impactera donc immédiatement l'image que ce dernier se fera de l'établissement qui l'accueille. La concurrence est particulièrement rude sur les postes de cuisinier et de serveur. Un cuisinier peut faire ou défaire la réputation d'un établissement. Il en va de même pour le personnel d'accueil ou le personnel de salle, à qui il est demandé d'être polyglotte, aimable et souriant et parfaitement informé sur l'offre des produits proposés.

Comme sur le marché du travail, les salaires payés par le secteur horeca n'ont pas la réputation de compter parmi les plus élevés et que les conditions de travail sont souvent difficiles, les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration peinent à trouver des candidats sur le marché local et se tournent vers la Grande Région pour leurs recrutements. Cela pose cependant une série de nouveaux problèmes liés, certes, aux longs et souvent pénibles trajets domi-

cile-travail, mais aussi au fait que le secteur horeca travaille souvent en coupure, comme l'explique Philippe Scheffer, directeur général de l'Hôtel Le Royal à Luxembourg, dans une interview donnée à *Merkur* (voir p. 96) : « *Les jeunes générations sont très attentives à leur qualité de vie et ne sont pas toujours prêtes à accepter les contraintes horaires de nos métiers, ainsi que la journée de travail coupée par la pause entre les services, d'autant que beaucoup habitent loin de leur lieu de travail en raison du coût élevé de l'immobilier au Luxembourg et ne peuvent donc pas rentrer chez eux se reposer. À cela s'ajoute le fait qu'en début de carrière, il y a une grande mobilité de la part des jeunes, qui veulent multiplier les expériences pour consolider leur CV. Cela apporte une difficulté de plus pour fidéliser les bons éléments.* »

Le travail en coupure impose en effet aux employés de travailler deux demi-journées pour, par exemple, assurer aussi bien le service de midi que le service du soir, le tout entrecoupé d'une longue pause qui, dans certains cas, atteint jusqu'à 4 heures. Un employé résident peut encore assez facilement ►

08. Le secteur MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions) est intervenu pour 13,2 % des nuitées réalisées en 2017 dans l'hôtellerie au Grand-Duché. En se donnant une stratégie de développement du tourisme de congrès, le gouvernement souhaite faire entrer le Luxembourg dans le top 50 des destinations mondiales pour l'organisation de congrès internationaux.

09. Un projet récemment dévoilé par le gouvernement et la Commune de Schengen prévoit un rachat du château de la commune – actuellement vide – par l'État pour le transformer en un restaurant et un hôtel de qualité, tout en y installant une école hôtelière, construite sur le modèle d'insertion développé par le célèbre chef français Thierry Marx, pour proposer des formations en hôtellerie-restauration aux personnes éloignées de l'emploi ou en situation précaire.



INTERVIEW

GREGORY TUGENDHAT
Managing director, RegiÔtels

“ RegiÔtels enhances the digital presence of its partner hotels ”

What do you do at RegiÔtels and how was it launched?

"RegiÔtels was launched in June 2017 with the support of the Ministry of the Economy, Luxinnovation, the House of Entrepreneurship and the BILL. With funding in place, we set about building the team and launched our services as of January 2018. RegiÔtels supports small to medium sized independent hoteliers who represent the quality and culture of their respective regions. We guide and deliver through the whole commercial process, from customer segmentation and pricing, through technology infrastructure, to online presence and direct sales activities. Our team has global experience, and we are particularly strong in Europe and Asia which we leverage for our partner hotels. In Luxembourg, we are a key partner of the government in driving improved digital performance by regional hotels. As well as supporting individual hotels, RegiÔtels also develops regional campaigns involving digital advertising and direct sales representation. Developing tourism and ultimately employment in this way can help stimulate the economies of local communities.

What have you achieved and what are your future goals?

"RegiÔtels enhanced the digital presence of the eight partner hotels that joined the initiative in its start up phase, an additional four properties have joined in September. We now represent properties in

the North, East and South of the Grand Duchy of Luxembourg. The websites for the eight original partner properties were visited by more than 100,000 individual visitors in between January and September in 2018, generating over €255,000 in revenue directly through the new websites. Direct hotel bookings came at a rate on average of €28 more than through the online travel agencies.

As well as providing the partner hotels with a direct channel for guests to book, RegiÔtels assisted in driving an enhanced social media presence, to find and inform new clients, increasing followers by over 9% on average per property. RegiÔtels launched a completely innovative and highly targeted Facebook campaign to promote the region of Mullerthal that was seen by more than 2.3 million people less than three hours drive from the region. RegiÔtels has recently received the 'Made in Luxembourg' label and has a long-term goal of taking its digital methodology abroad to other regions of Europe."



10.

utiliser cette longue pause pour s'occuper de tâches familiales ou personnelles, faire des achats (et les ramener chez lui) ou simplement se détendre. Le personnel frontalier ressent cette coupure comme une complication, étant donné qu'il lui est difficilement possible de rentrer chez lui pour utiliser son temps libre de manière utile.

REVALORISER LES MÉTIERS DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

Pour venir en aide aux hôteliers et restaurateurs en mal de personnel, l'Horesca revendique de longue date une procédure simplifiée pour la déclaration des salariés occasionnels, ainsi qu'une flexibilité du temps de travail avec l'argument que de nombreux salariés demanderaient à pouvoir prester des heures supplémentaires tout au long de l'année. « On pourrait imaginer relever - avec l'accord du salarié - le plafond des heures de travail de 8 heures par semaine, comme le permet la directive européenne, pour atteindre 48 heures hebdomadaires. Avec le supplément pour heures supplémentaires, le salarié serait alors payé 52 heures par semaine. Un salarié payé au SSM qualifié pourrait donc prétendre à un salaire de 3.146 € brut par mois », explique François Koepp.

Une flexibilisation du temps de travail et une augmentation afférente des salaires ne suffiraient cependant pas à drainer beaucoup plus de jeunes vers les métiers de l'hôtellerie et de la restauration. Le problème dont souffre le secteur horeca est plus profond, comme l'explique Michel Lanners, directeur de l'EHTL, l'École d'hôtellerie et de tourisme du Luxembourg à Diekirch : « L'image du secteur de l'hôtellerie et de la restauration est souvent considérée, à tort, comme manquant de modernité et, par-

10. En mars dernier, le Lycée technique hôtelier Alexis Heck a changé de nom pour devenir l'École d'hôtellerie et de tourisme du Luxembourg (EHTL). Suivant son nouveau leitmotiv (*striving for excellence*), l'EHTL entend élargir son offre de formations et renforcer la qualité des cours proposés. Fin septembre, un accord de coopération a été signé avec Ducasse Éducation, la branche Formation du célèbre chef aux 18 étoiles, Alain Ducasse, pour offrir des cours de très haut niveau aux professionnels du monde de la gastronomie.

tant, d'attractivité pour les jeunes à la recherche d'un emploi. Ce défi est le plus important et le plus difficile à relever puisqu'il implique une réaction au niveau des représentations sociales, c'est-à-dire l'ensemble des valeurs, des normes sociales et des modèles culturels tels qu'ils sont pensés et vécus par la société. [...] Même si les émissions TV ont contribué à donner une bonne image des 'chefs', de nombreux métiers souffrent d'une mauvaise image (serveur, réceptionniste, etc.) qu'il faut revaloriser, afin de donner envie aux jeunes de se diriger vers ces professions. Mais attention, il ne faut pas oublier que l'évolution du rapport au travail caractérise la génération d'aujourd'hui. Celle-ci aborde l'entrée sur le marché du travail avec un esprit différent de celui des générations précédentes. » (Lire aussi la carte blanche p. 130)

Les jeunes d'aujourd'hui ambitionnent avant toute chose de « se réaliser personnellement » et attachent beaucoup d'importance à l'autonomie de fonctionnement, à la flexibilité des horaires et congés et aux perspectives de carrière. Ils aiment aussi changer fréquemment d'emploi pour vivre de nouvelles expériences et accélérer la valorisation de leurs acquis professionnels. Ces ambitions ne sont souvent pas compatibles avec les attentes de l'employeur, qui demande une grande disponibilité et fidélité à l'entreprise. Michel Lanners résume la situation comme suit : « Pour faire rêver un jeune, il faut lui donner des perspectives de vie attirantes. C'est précisément ici que l'employeur a aussi une part de responsabilité. »

DES INVESTISSEMENTS POUR PRÉPARER L'AVENIR

Parfaitement conscients des problèmes qui inquiètent le secteur, le gouvernement, les fédérations, les chambres professionnelles et les différents instituts de formation ont pris – souvent de concert – des mesures pour tenter d'améliorer la situation.

En mars dernier, le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse, le Lycée technique hôtelier Alexis Heck (LTHAH) et l'Horesca ont annoncé que le LTHAH allait changer de nom pour devenir l'École d'hôtellerie et de tourisme du Luxembourg (EHTL). Seul établissement scolaire du pays à proposer des formations dans les domaines de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme, l'EHTL change de positionnement et adopte un nouveau leitmotiv (*striving for excellence*) qui s'appliquera désormais à toutes les formations, à tous les élèves, mais aussi à tous les professionnels de l'école.

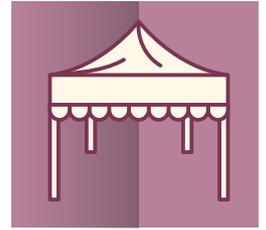
Concrètement, l'EHTL entend élargir son offre de formations et renforcer la qualité des cours proposés pour améliorer son rayonnement national et international et contribuer de cette manière à motiver plus de jeunes à choisir cette voie professionnelle, qui ouvre bon nombre de perspectives d'avenir. Ainsi,

depuis la rentrée 2018-2019, l'EHTL propose sa première offre de l'enseignement secondaire général : une nouvelle section appelée « Gestion de l'hospitalité », qui débouche sur un diplôme de fin d'études secondaires générales et qui donne accès à l'enseignement supérieur tout en préparant au métier de gestionnaire en hospitalité. Il est également prévu de mettre en place une formation de niveau Bac +2, sous la forme du brevet de technicien supérieur (BTS) en *hospitality management*. Ce BTS permettra aux élèves de poursuivre des études supérieures qui seront en cohérence avec leur formation antérieure et aux élèves issus d'autres sections de l'enseignement secondaire de suivre des études dans cette nouvelle matière au Luxembourg. Il est aussi prévu de proposer l'offre de formations du lycée en langue anglaise.

Pour moderniser les méthodes d'apprentissage, tous les élèves de l'École d'hôtellerie et de tourisme du Luxembourg sont désormais équipés d'un iPad pour accéder à un matériel scolaire numérisé. Des investissements dans la modernisation des infrastructures actuelles du LTHAH sont également prévus pour lui permettre d'accueillir à terme jusqu'à 400 étudiants, contre une capacité d'accueil actuelle de 300 à 320 élèves.

Une semaine seulement après l'annonce de la modernisation de l'EHTL, la secrétaire d'État à l'Économie, Francine Closener, a, dans le cadre de la cérémonie d'ouverture du Springbreak, tiré un bilan résolument positif des atouts et du potentiel de la gastronomie et de l'hôtellerie au Luxembourg et annoncé que les investissements réalisés par des cafés et des bistrotiers seront à l'avenir et sous certaines conditions éligibles aux aides à l'investissement, au même titre que le sont actuellement les investissements réalisés par les restaurateurs, les hôteliers et d'autres PME.

Pas plus tard qu'au début du mois d'octobre, la secrétaire d'État est remontée au créneau pour annoncer, en présence de Nicolas Schmit, ministre du Travail et de l'Emploi, et de Michel Gloden, bourgmestre de Schengen, un projet à la fois touristique, économique, culturel et à vocation sociale. Celui-ci prévoit un rachat du château de Schengen – actuellement vide – par l'État pour le transformer en un restaurant et un hôtel de qualité tout en y installant une école hôtelière construite sur le modèle d'insertion développé par le célèbre chef français Thierry Marx. Ce modèle, qui a été appliqué avec grand succès en France, prévoit de proposer des formations en hôtellerie-restauration aux personnes éloignées de l'emploi ou en situation précaire. Ces formations d'une durée d'environ quatre mois devront permettre aux participants de réintégrer le marché du travail. En France, le taux de réinsertion professionnelle des personnes ayant suivi la formation s'élève à 90 %. Affaire à suivre. ●



Stratégie MICE

L'importance du secteur MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions) au Luxembourg est indéniable, dans la mesure où 13,2 % des nuitées réalisées en 2017 dans l'hôtellerie au Grand-Duché sont liées à la tenue de conférences et congrès. Au regard de l'important potentiel de croissance du tourisme de congrès, le ministère de l'Économie et ses partenaires relevant du secteur se sont fixé un objectif ambitieux : entrer dans le top 50 des destinations mondiales pour l'organisation de congrès internationaux. La stratégie de développement du tourisme de congrès dénommée « Perspectives et ambitions du secteur MICE », présentée en septembre dernier, trace les champs d'action prioritaires et les projets qui vont permettre au Luxembourg de relever ce défi. Lire aussi l'interview p. 49.



Hôtels, cafés, restaurants...

Retrouvez les chiffres-clés de l'industrie de l'horeca au Grand-Duché de Luxembourg dans le poster détachable en fin de magazine.

20E ACTUALITÉ & TENDANCES

LES RECOMMANDATIONS AU FORMATEUR DU NOUVEAU GOUVERNEMENT

Les années d'élections législatives, traditionnellement, la Chambre de Commerce remet ses recommandations au formateur du gouvernement. Cette fois-ci, elle le fait à travers sa 20^e publication *Actualité & Tendances* (A & T), intitulée *Entreprise Luxembourg 4.0*. Elle y définit la gouvernance publique optimale à mettre en œuvre, afin de mener le Luxembourg sur la voie de la croissance dite « qualitative ».

Texte : Laure Demezet et Christel Chatelain, Affaires économiques, Chambre de Commerce

La croissance qualitative est au cœur du débat socio-économique au Luxembourg. Elle peut même s'enorgueillir de jongler entre plusieurs désignations, telles que « croissance intensive », « croissance qualitative » ou encore « croissance durable », par opposition à une « croissance extensive » ou une « croissance quantitative ». Mais pourquoi politiques, économistes et

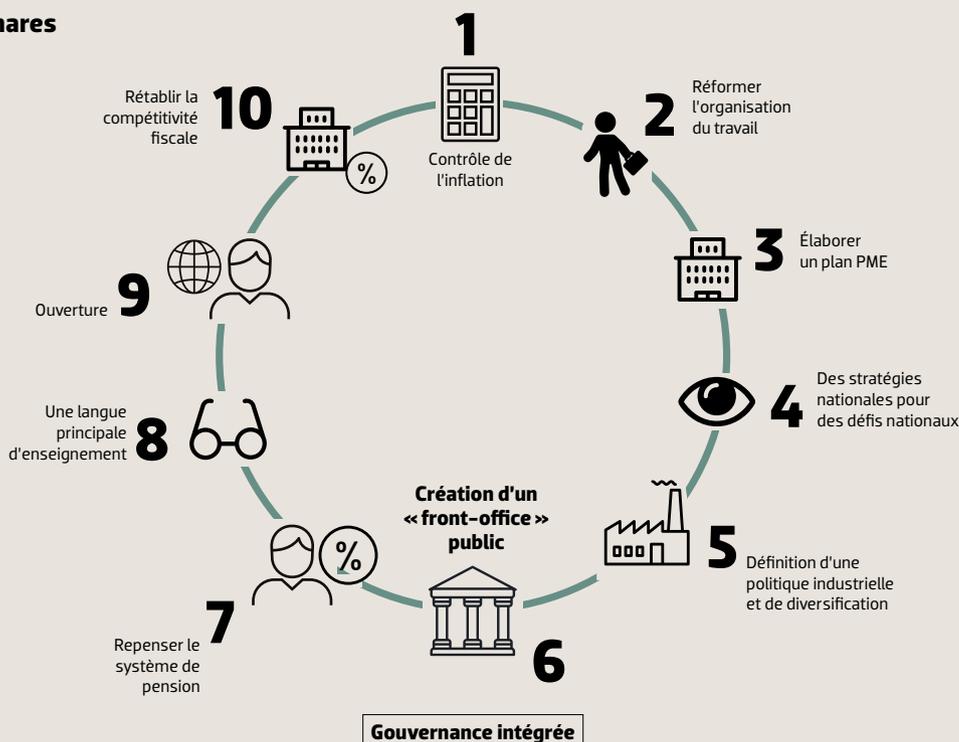
commentateurs de la vie socio-économique luxembourgeoise n'ont que ces mots à la bouche ? De quoi dépend la croissance qualitative et comment y parvenir ? Mettre en évidence des éléments de réponse est l'ambition du 20^e A & T publié par la Chambre de Commerce, qui se veut être une feuille de route vers ce nouveau modèle économique, destinée au formateur du gouverne-

ment, mais également à tout acteur de la vie économique luxembourgeoise, différentes grandes thématiques étant abordées par le biais de « fiches ». La Chambre de Commerce entend que cette publication serve de référence à quiconque souhaiterait avoir un état des lieux de la législature 2013-2018 sur une thématique précise ou des sujets plus globaux, mais elle contient surtout des préconisations économiques pour le nouveau gouvernement. Ainsi, elle pourra également servir de check-list en 2023.

L'EXTENSIF EST MORT, VIVE L'INTENSIF

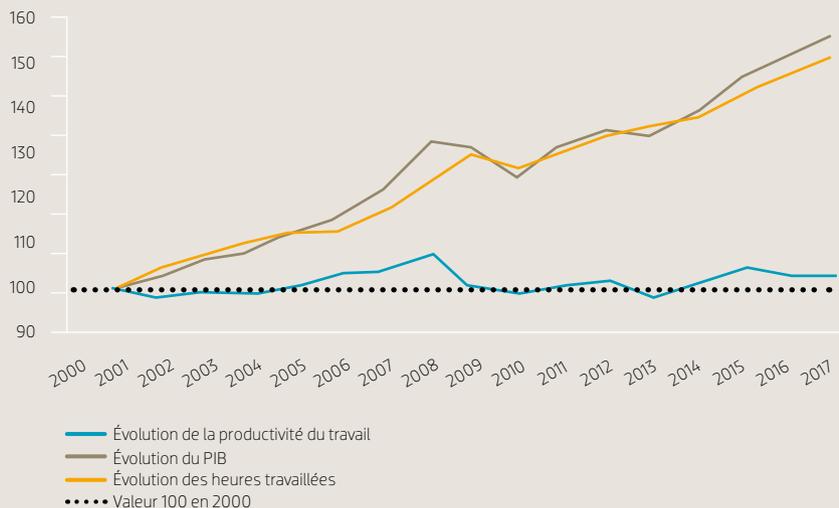
Dans sa publication, la Chambre de Commerce revient sur l'éternelle dichotomie entre croissance extensive et intensive. La croissance extensive se base sur la seule accumulation des facteurs travail et capital, situation s'apparentant largement à celle du Luxembourg ces dernières années. En effet, l'emploi intérieur n'a cessé d'augmenter depuis les années 2000, avec un accroissement de 64 % entre 2000 et 2017, soit 169.000 salariés supplémentaires, tandis que l'évolution de la productivité horaire du travail semble atone, puisqu'elle a péniblement crû de 2 %...

Les 10 mesures phares



La croissance extensive en « trois lignes »

Source : Comptabilité nationale, extraction du 4 juillet 2018



en 17 ans. La croissance extensive pose donc question en matière de soutenabilité, ne serait-ce qu'en termes d'espace et de ressources (en « hommes », en financements, en infrastructures, en logements, en énergies, etc.). Pour contrecarrer cette tendance, la mise en place des mesures majeures de la Troisième Révolution Industrielle¹ (TIR) permettrait, par le biais d'innovations primordiales, d'engendrer des gains de productivité conséquents et ainsi d'accélérer l'entrée dans un nouveau modèle de croissance, dite qualitative, se définissant par le retour d'une productivité significativement croissante du travail et par un développement soutenable. La Chambre de Commerce, dans le contexte de la TIR, a appuyé et accompagné les velléités de la précédente législature en matière de digitalisation et de « travail 4.0 ». Elle ne peut donc qu'inviter le gouvernement issu des élections du 14 octobre à poursuivre sa politique dans cette voie et à mettre en œuvre de manière ambitieuse les grandes actions stratégiques, en n'omettant pas dans cette démarche les actions éventuellement moins populaires. La mobilisation des opportunités autour de la révolution numérique, de la transition écologique et de la mobilité intelligente est au cœur de la TIR et représente une occa-

sion unique pour le Luxembourg de remettre son économie sur la voie de la soutenabilité à long terme, en optimisant l'utilisation des ressources et en réalisant, partant, des gains de productivité généralisés.

RELANCER LA PRODUCTIVITÉ

La productivité luxembourgeoise semble « en panne ». En effet, bien que le Luxembourg affiche le deuxième niveau de productivité du travail le plus élevé (derrière l'Irlande) au sein de l'OCDE en termes absolus, l'évolution de celui-ci a largement pâti de la crise des subprimes de 2007, puisqu'il a chuté en 2009, et ce de façon plus conséquente que dans le reste de la zone euro. Cette diminution s'expliquerait entre autres par une hausse de l'emploi total intérieur luxembourgeois, nettement plus forte que dans les autres pays de la zone

“
 Quel rôle l'État doit-il
 jouer pour favoriser
 le changement ?

”

euro. Et, alors que depuis 2010 beaucoup d'autres pays européens ont su retrouver leur niveau de productivité d'avant-crise, le Luxembourg reste à la traîne en raison des contre-performances de productivité horaire de l'industrie, mais aussi du secteur financier, où le calcul et le concept de la productivité se heurtent, comme dans les autres pays, à des difficultés conceptuelles, qui pèsent davantage sur la productivité au Luxembourg, la part de ce secteur y étant particulièrement importante. Mais la contre-performance de la productivité est aussi la conséquence de freins économiques et sociaux, tels que le repli du commerce extérieur dans le sillage de la crise, la rigidité de l'organisation du travail, l'augmentation des inégalités et la polarisation de la productivité entre entreprises et secteurs en avance, et d'autres à la traîne... pour ne citer que quelques déterminants majeurs du niveau de productivité. La baisse de l'investissement dans le secteur privé vient s'ajouter aux déterminants de l'évolution contrastée de la productivité luxembourgeoise.

Mais alors quel rôle l'État doit-il jouer pour favoriser le changement ? Et avec quelle gouvernance ? Il n'y a en effet aucun doute que les politiques publiques ont une influence sur la croissance (ou non) de la productivité. L'État, à travers l'articulation de ses politiques, son organisation et ses priorités, peut soit accélérer, soit freiner la transition vers une croissance durable. Les politiques macro et microéconomiques, la politique en matière sociale et d'organisation du travail, le système d'éducation et de formation, le cadre fiscal et celui relatif à la démographie des entreprises, etc. sont des *drivers* majeurs de la productivité.

POUVOIR AGIR

Dans sa publication, la Chambre de Commerce met en évidence la nécessité absolue de pratiques et procédures budgétaires basées sur la performance pour une meilleure programmation, mais aussi des analyses coûts-bénéfices des projets d'investissement. Sont aussi discutées un certain nombre de recommandations de gouvernance publique, parmi lesquelles une réforme et un réajustement de l'action de l'État autour des ►

grandes fonctions étatiques (économie et finances ; développement territorial ; éducation, recherche et compétences ; affaires sociales ; affaires régaliennes ; affaires européennes et internationales) et de ministères et administrations fonctionnels, une gouvernance plus efficace et *lean*, la création de cabinets ministériels et l'introduction d'un droit d'émettre des directives (Weisungsrecht) du Premier ministre ou des ministères embrassant les grandes fonctions étatiques.

La deuxième partie de cette « feuille de route » au gouvernement issu des élections d'octobre énonce des mesures concrètes pour atteindre la croissance qualitative dans toutes les sphères de l'économie luxembourgeoise. Ces mesures se retrouvent dans les six « casquettes » que doit avoir l'État selon la Chambre de Commerce : entrepre-

neur, durable, commercial, social, formateur et dirigeant. Parmi elles, la Chambre de Commerce a identifié 10 mesures à mettre en place, ou tout du moins à amorcer, dès que possible.

LES PRIORITÉS

La première mesure serait celle du contrôle de l'inflation qui passerait par le gel des prix administrés et des cotisations sociales, mais aussi par la modulation de l'index sur la durée totale de la législature et par la maîtrise de la masse salariale publique et parapublique.

La réforme de l'organisation du travail constitue le deuxième point-clé aux yeux de la Chambre de Commerce. Il s'agirait de proposer une réforme ambitieuse en matière d'organisation et de flexibilisation du travail en lien avec la digitalisa-

tion, avec un *empowerment* important des secteurs et des entreprises, et de favoriser le travail en démantelant les trappes à l'inactivité.

Il faudrait ensuite élaborer un cinquième plan PME qui constituerait un plan d'action national en faveur des PME et de l'entrepreneuriat avec l'appui du Haut Comité pour le soutien des PME. Définir et mettre en œuvre une gouvernance nationale en matière de logement, mais aussi une stratégie nationale pour une R&D publique cohérente et liée aux objectifs de diversification économique, ainsi que soutenir activement et financièrement les activités de *skilling* à tous les niveaux feraient office de quatrième mesure phare et de stratégies nationales pour des défis nationaux.

La définition d'une politique industrielle et de diversification en s'engageant dans un dialogue pour définir une politique ambi- ►

La croissance extensive pose notamment la question du logement, pour laquelle la Chambre de Commerce préconise de mettre en place une gouvernance nationale.



19

Liberté

PRIVATE
BANKING

ACCURACY
KNOW-HOW
EXCELLENCE
AND **STABILITY**



BANQUE ET CAISSE D'ÉPARGNE DE L'ÉTAT
LUXEMBOURG

tieuse suite à l'organisation des « assises de la diversification » fait fonction de cinquième mesure primordiale.

La sixième mesure, et non des moindres, est la création d'un front-office public qui amorcerait la centralisation de toutes les démarches administratives publiques et créerait un interlocuteur public unique pour les citoyens, les entreprises et les investisseurs, ainsi que la définition d'une stratégie de notifications, en remplacement des autorisations.

Septièmement, le système de pension doit être repensé. Il s'agirait de déposer un projet de loi permettant de rétablir la durabilité du système de pension et l'équité intergénérationnelle.

Dans le domaine de l'éducation, la Chambre de Commerce propose au nouveau gouvernement de préparer un projet pilote d'un régime à deux filières linguistiques parallèles pour le tester dès la rentrée 2019-2020 et créer ainsi une langue principale d'enseignement.

La neuvième et avant-dernière mesure phare consiste à consolider et développer l'orientation et l'ouverture internationales du Luxembourg, de mettre en œuvre une politique de promotion ambitieuse grâce à des infrastructures modernes, de prévoir une politique d'intégration et d'attraction ambitieuse et un régime linguistique en phase avec les réalités socio-économiques.

Enfin, la dixième mesure consiste à rétablir la compétitivité fiscale en définissant une feuille de route fiscale ambitieuse pour les entreprises établies, les talents, les chercheurs, les startups et la propriété intellectuelle.

La Chambre de Commerce estime que ces mesures primordiales doivent être portées par un « État 4.0 » financièrement soutenable et doté d'une gouvernance intégrée qui inclurait la digitalisation des procédures et services publics, le recentrage de l'action de l'État autour des grandes fonctions gouvernementales, un nombre restreint de « super-ministères » centralisateurs, le droit d'émettre des directives par le Premier ministre, une concertation transversale, l'ouverture de la fonction publique, des évaluations des politiques publiques et une budgétisation selon des objectifs de performance, etc. ●



INTERVIEW

MARC WAGENER

Directeur Affaires économiques
Chambre de Commerce



L'État doit créer un cadre propice au développement des entreprises...



Pourquoi la Chambre de Commerce insiste-t-elle sur la gouvernance publique ?

« Car, comme une maison ne peut rester debout sans fondations solides, une croissance qualitative durable ne peut exister sans une gouvernance publique optimale. L'État, en étroite collaboration avec l'ensemble des acteurs, a défini une feuille de route pour une économie interconnectée et soutenable : la Troisième Révolution Industrielle. Mais la définition d'une stratégie n'est pas une fin en soi. Ce qui importe, c'est la mobilisation, la mise en œuvre et la priorisation. Il est évident que l'État, à travers son organisation et ses choix, peut soit accélérer, soit freiner les évolutions. En d'autres termes, la transition écologique et numérique, et sa réussite, est fortement influencée par les choix publics, et n'est pas 'que' l'agrégation de choix privés.

Par quels moyens l'État peut-il alors influencer la transition vers la Troisième Révolution Industrielle ?

« L'État doit assumer différents rôles pour poser les jalons de la nouvelle croissance. Il doit d'abord être entrepreneurial, créer un cadre propice au développement des entreprises, prendre des décisions et ne pas étouffer les initiatives avec un millefeuille de réglementations. Le digital est aussi fondamental ici, car il est à la base d'une croissance intelligente. L'État doit également, et encore plus qu'avant,

pousser les vertus luxembourgeoises de l'ouverture et de la coopération, dans tous les sens du terme. L'État social, quant à lui, donne les bonnes incitations au travail et à l'entrepreneuriat, et il défend le contrat intergénérationnel en le préparant aux enjeux du futur. Puis, l'État doit encore endosser deux autres rôles : celui de facilitateur dans le domaine de la formation, ainsi que celui de planificateur, notamment pour tout ce qui touche à la mobilité, au logement, etc. Or, ce n'est pas que le 'quoi', mais aussi le 'comment' qui mérite toute l'attention. Actuellement, il y a encore trop de silos, de compétences partagées, de contradictions, de sous-optimisations. Il y a moyen de mieux faire, notamment en recentrant l'action de l'État autour des grandes fonctions étatiques, autour d'un nombre restreint de 'super-ministères coordonnateurs' ou encore en consolidant les interlocuteurs des citoyens, entreprises et investisseurs dans un 'front office' public unique. Dans ses recommandations, la Chambre de Commerce lance l'appel en faveur d'une gouvernance optimisée car des défis complexes requièrent des solutions cohérentes et des politiques intégrées. »



La Chambre de Commerce estime que les mesures primordiales doivent être portées par un 'État 4.0' financièrement soutenable et doté d'une gouvernance intégrée.



⁽¹⁾ Le document A & T proposera un encart sur le suivi de la mise en œuvre de la TIR.

Ketterthill,
partenaire de votre santé

Expertise

Proximité

Flexibilité

**70
ans**

D'EXISTENCE

KETTERTHILL

LABORATOIRE D'ANALYSES MÉDICALES

REVENU D'INCLUSION SOCIALE

LE NOUVEAU REVENU MINIMUM, UNE RÉFORME A MINIMA ?

À partir du 1^{er} janvier 2019, le revenu d'inclusion sociale (REVIS) remplacera le revenu minimum garanti (RMG). Créé dans le but de revaloriser le travail et de faciliter le retour à l'emploi pour tous, ce nouveau dispositif devra faire ses preuves.

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

You say you want an activation. Well, you know. We all want to change the world. » Le célèbre refrain légèrement modifié du tube *Revolution* de John Lennon peut venir à l'esprit au moment d'évoquer le REVIS. La volonté de modifier, voire révolutionner, le revenu minimum garanti en faveur d'une plus grande activation, ou retour à l'emploi, de ses bénéficiaires était partagée par tous. Le revenu minimum garanti n'incitait guère à trouver un emploi lorsque celui-ci était à temps partiel et le revenu du travail proche du salaire social minimum. En outre, certaines catégories de la population, les familles monoparentales en tête, devaient davantage être aidées par cet outil afin de réduire leur précarité. L'exposé des motifs du projet de loi sur le revenu d'inclusion sociale était clair, évoquant « *des trappes à l'inactivité* », « *le risque de pauvreté plus élevé* » « *des familles avec enfants et monoparentales* » ou encore « *certaines difficultés d'application* ».

Le REVIS devait donc combler les défauts du RMG en mettant l'accent sur une approche d'inclusion sociale, une politique de réinsertion professionnelle, une action contre la pauvreté des enfants et des familles monoparentales, et une simplification administrative. Des interrogations subsistent quant à la capacité du revenu d'inclusion sociale à répondre à ces objectifs, au vu des dispositifs d'activation possiblement insuffisants et du niveau des différentes prestations sociales. Le REVIS serait ainsi au mieux une amélioration au lieu d'une révolution. L'enjeu est pourtant important. Plus de 10.000 ménages

sont aujourd'hui bénéficiaires du RMG, soit près de 20.000 personnes concernées, dont 7.000 enfants.

PETIT MODE D'EMPLOI DU REVIS

Le revenu d'inclusion sociale comporte deux composantes. La première est une allocation d'inclusion qui est une aide financière aux ménages dont les revenus sont inférieurs à un certain seuil. Le REVIS a pour première vocation d'assurer des moyens suffisants d'existence aux ménages luxembourgeois les plus modestes, et ceci en fonction de leurs revenus et de la composition de leur communauté domestique. Certains revenus ne sont pas pris en compte pour le calcul d'éligibilité au REVIS, notamment les allocations familiales et les aides financières de l'État, des offices sociaux et d'autres œuvres sociales privées. La seconde composante du REVIS est une allocation d'activation qui est une indemnité salariale pour la personne qui participe à une mesure d'activation. Pour y avoir droit, la personne doit être inscrite à l'Agence pour le développement de l'emploi (ADEM), rechercher activement un emploi et être prête à épuiser toutes les possibilités pour améliorer sa situation. La personne qui touche le revenu d'inclusion sociale est ainsi suivie par l'ADEM et peut encourir des sanctions en cas de non-respect de ces principes.

Le revenu d'inclusion sociale se monte, pour les ménages ne disposant d'aucun revenu, à 1.437 € pour un adulte seul, 2.155 € pour deux adultes sans enfants, 2.602 € pour deux adultes avec deux enfants

à charge, et 2.015 € pour une famille monoparentale avec deux enfants. Ces montants sont tous supérieurs à ceux du RMG, notamment pour les familles monoparentales avec deux enfants, qui voient leur allocation augmenter de 300 €, et pour les couples avec deux enfants, avec une hausse de 180 €. Ils correspondent à un maximum, les aides étant moindres en cas de perception d'autres revenus par le ménage.

La grande nouveauté du revenu d'inclusion sociale est le mécanisme d'immunisation des revenus, dont ceux du travail. Avec le RMG, le fait de gagner un euro de revenu du travail supplémentaire réduisait l'aide d'un euro. Il n'y avait ainsi aucune incitation financière à travailler dès lors que le revenu du travail ne dépassait pas le seuil du RMG. Dans le cadre du REVIS, seuls 75 % du revenu sont pris en compte pour le calcul de l'aide à verser. Ainsi, pour chaque euro supplémentaire gagné par le travail, 0,25 euro est maintenu au titre de l'allocation d'inclusion, et ce à partir du premier



Le revenu minimum garanti n'incitait guère à trouver un emploi.



euro gagné jusqu'à épuisement du droit au REVIS. Par exemple, une personne seule qui travaillerait à mi-temps au SSM, et aurait donc un revenu du travail de 1.024 €, toucherait 669 € de REVIS et aurait ainsi un revenu total de 1.693 €, supérieur de 256 € aux 1.437 € d'aides sans autres revenus. Le revenu d'inclusion sociale vise donc à inciter les bénéficiaires qui sont en mesure de travailler à reprendre un emploi ou à augmenter leur intensité de travail.

DES MALFAÇONS DANS LES ROUAGES DE L'ACTIVATION

Des doutes subsistent toutefois quant à l'efficacité du revenu d'inclusion sociale pour un retour à l'emploi des personnes bénéficiaires. Les montants du REVIS, supérieurs à ceux du RMG mais aussi à un salaire social minimum mensuel à temps plein dès lors qu'il

La décision d'un éventuel retour à l'emploi sera arbitrée par chacun en fonction des calculs prenant en compte situation personnelle et familiale, frais liés (transport, garde d'enfants...) et gain de revenu.



ya deux adultes dans le ménage, peuvent, notamment, en cas de coûts du logement réduits et de la perception d'autres transferts sociaux, permettre un niveau de vie relativement satisfaisant pour certains ménages. Surtout, la hausse du revenu rendue possible par le mécanisme d'immunisation des revenus reste limitée, alors que travailler apporte des coûts supplémentaires, de transport ou de garde d'enfants, par exemple.

Dès lors, ce ne serait plus l'incitation financière, mais le suivi et les sanctions qui pourraient influencer positivement sur l'activation. Or, si ceux-ci, notamment par le rôle accru de l'ADEM, pourraient se révéler des dispositifs efficaces, ils ne concernent aujourd'hui qu'une très faible part des bénéficiaires du RMG. Selon le rapport d'activité du ministère de la Famille, de l'Intégration et à la Grande Région, seuls 11 % des bénéficiaires sont soumis à l'obligation

de participation à une activité d'insertion professionnelle et 89 % en sont dispensés, dont 40 % pour des raisons d'âge car trop jeunes ou trop âgés et 13 % pour incapacité permanente ou transitoire. Sans modifications majeures du système de dispense, les mesures mises en place pour accompagner les bénéficiaires du REVIS vers l'insertion professionnelle ne concerneraient de fait qu'une faible minorité d'entre eux.

Le REVIS s'inscrit dans le cadre d'une politique sociale globale. Son efficacité serait renforcée si les transferts sociaux étaient mieux ciblés vers les ménages les plus modestes, beaucoup d'aides n'étant assorties d'aucun seuil pour en bénéficier ou de seuils élevés. Le montant du revenu d'inclusion sociale doit être évalué au regard de son efficacité en matière d'incitation à se réinsérer sur le marché de l'emploi, mais aussi en analysant son impact sur les

finances publiques. Un point d'attention doit également être porté sur la pression haussière que pourrait engendrer l'augmentation du montant du revenu d'inclusion sur les salaires et donc sur la compétitivité-coût des entreprises. La hausse des revenus les plus modestes au Luxembourg n'est soutenable que si elle est compensée par des gains de productivité obtenus par une progression des niveaux de compétences. Investir dans la formation est un moyen alternatif de viser l'activation et de lutter contre les exclusions sociales.

Tout revenu minimum doit trouver son équilibre entre protection et activation. Le REVIS pallie certaines des faiblesses du RMG sans modifier significativement cet équilibre. La réforme du revenu minimum est ainsi un pas en avant, certes, mais un petit pas là où une grande enjambée aurait été souhaitée. ●

PUBLICATION DE L'OCDE

REGARDS SUR L'ÉDUCATION 2018

L'OCDE publie chaque année ses *Regards sur l'éducation*, qui renferment nombre d'indicateurs sur l'enseignement. Il s'agit notamment des moyens mobilisés, des résultats obtenus et des éléments d'environnement pouvant affecter les performances éducatives. Le présent article met en exergue les principaux enseignements de ce travail.

Texte : Muriel Bouchet, Affaires économiques, Chambre de Commerce
Photo : Saint George's International School, Luxembourg asbl

Le but ultime poursuivi par l'OCDE est résumé par Angel Gurría, le secrétaire général de l'organisation : « *Le chemin vers l'équité de l'éducation reste parsemé d'embûches. Nous avons la responsabilité de faire en sorte que des caractéristiques personnelles ou sociales n'empêchent personne de tirer pleinement parti de son potentiel. C'est ce que devrait être la promesse universelle de l'éducation.* »

Regards sur l'éducation 2018⁽¹⁾ met pourtant en exergue le fait que les facteurs externes continuent, à rebours de cet objectif fondamental de l'OCDE, à affecter la fréquentation de l'éducation et les résultats de cette dernière en termes de performances scolaires ou, au-delà, d'évolution professionnelle future. Continuent à être déterminants de ce point de vue non seulement la situation socio-économique et le degré d'instruction des parents, mais également le genre, l'âge ou la nationalité. Ce dernier critère mérite d'être observé de près au Luxembourg, un pays où 57 % des adultes de 25 à 64 ans sont nés à l'étranger selon l'OCDE – comparé à 15 % pour la moyenne de l'Union européenne (UE).

Un autre message fondamental de l'OCDE est que les dépenses d'éducation constituent un excellent investissement dans l'avenir. Dans la quasi-totalité des pays étudiés, les diplômés récupèrent sous la forme de revenus futurs un multiple des dépenses encourues. L'État bénéficie pour sa part de ces salaires accrus en termes de rentrées fiscales et de cotisations sociales. Par ailleurs, un haut degré d'instruction va de pair avec une cohésion

sociale accrue et une meilleure connaissance des problématiques économiques, sociales et environnementales.

La publication renferme par ailleurs une multitude de données sur les systèmes nationaux d'éducation, en ce qui concerne les ressources (financières ou autres) canalisées vers l'éducation, mais aussi les résultats de cette dernière.

LES RESSOURCES DE L'ÉDUCATION

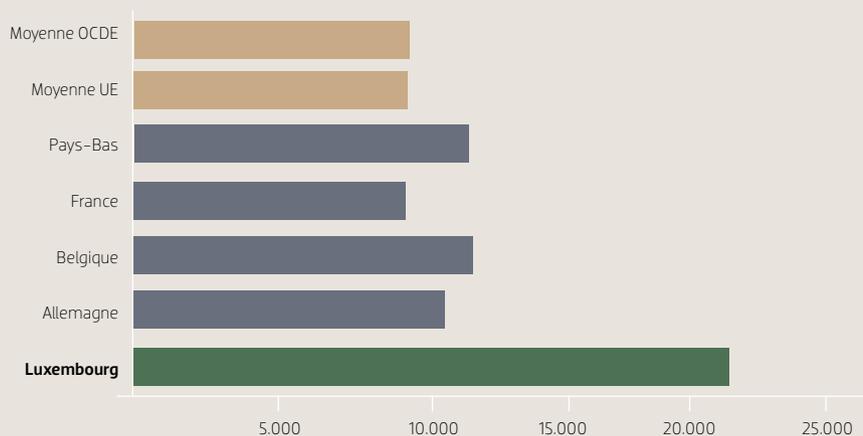
Une première manière d'appréhender les ressources de l'éducation (les *inputs*)

consiste à comparer les niveaux de dépenses en la matière (graphique ci-dessous). Le Luxembourg se détache (nettement) du peloton. Cette situation s'explique dans une large mesure par le poids des rémunérations du personnel, qui s'établissaient en 2015 à 86 % des dépenses totales dans le primaire et dans le secondaire (contre 78 % dans la moyenne de l'UE). Le coût salarial des enseignants du 1^{er} cycle du secondaire s'établissait par ailleurs à 11.560 dollars par élève en 2016, contre 3.604 dollars dans la zone OCDE. Enfin, au Luxembourg, ces mêmes salaires excèdent ceux des autres diplômés du supérieur à raison de 102 % (des salaires doublés, donc), alors qu'au sein de l'UE dans son ensemble, ils subissent une « pénalité » de 7 %.

Le Luxembourg se distingue également par des différences de nature plus « qualitative » en ce qui concerne les ressources. Ainsi, et toujours selon l'OCDE, le contenu des cours y apparaît beaucoup plus centralisé qu'ailleurs. La partie flexible du programme y serait quasiment nulle, à comparer avec un taux de 6 % en moyenne dans l'UE et même de 100 % aux Pays-Bas. Enfin, le nombre de décisions prises au niveau gouvernemental dans le 1^{er} cycle du secondaire serait de 83 % au Grand-Duché, contre 33 % dans l'UE.

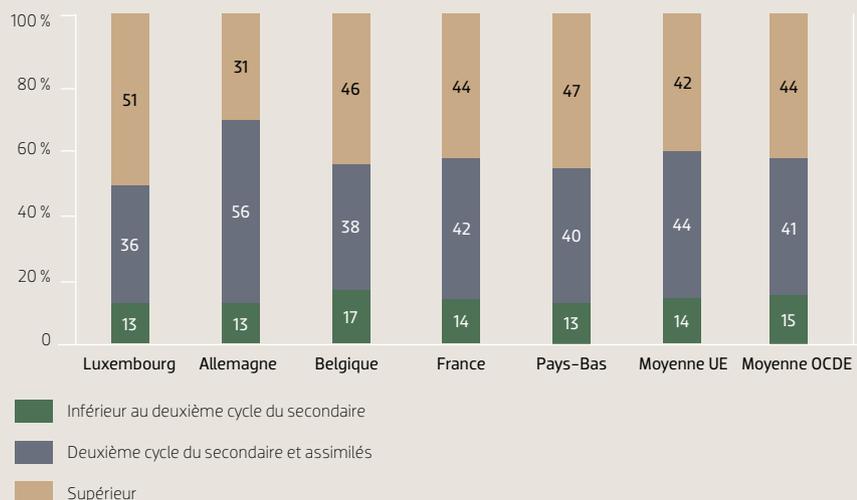
Dépenses totales de services d'éducation, par élève ou étudiant (dollars US, en standards de pouvoir d'achat)

Source : OCDE



Niveau de formation des adultes de 25 à 34 ans en 2017 (en %)

Source : OCDE



Si les montants absolus octroyés à l'éducation paraissent élevés au Luxembourg, les principaux résultats sont généralement assez favorables.

LES RÉSULTATS « SCOLAIRES » DE L'ÉDUCATION

Une première manière d'appréhender les performances du système éducatif consiste tout naturellement à scruter le niveau d'éducation de la population. Le graphique ci-contre montre qu'avec 51 % des adultes de 25 à 34 ans ayant effectué des études supérieures – certes souvent dans des établissements étrangers –, le Luxembourg se classe plus favorablement que les autres États ou ensembles géographiques considérés. Le pourcentage de personnes n'ayant pas terminé leurs études secondaires est par ailleurs le plus faible, avec l'Allemagne et les Pays-Bas. ▶



À la mi-septembre 2018, plus de 100.000 élèves ont fait leur rentrée dans le fondamental et le secondaire au Luxembourg, dont 14.403 sur les bancs d'une classe internationale, un chiffre en augmentation de 4,5 % par rapport à la rentrée 2017.

Les retombées de l'éducation (2017, sauf mention contraire)

Source : OCDE

	Taux d'emploi des 25 à 34 ans, éducation inférieure au 2 ^e cycle du secondaire	Taux d'emploi des 25 à 34 ans, éducation supérieure	Rapport salarial entre les diplômés du supérieur nés à l'étranger et au pays (2016)	Rendement financier net d'un diplôme du supérieur (dollars US)	Taux de rendement interne d'un diplôme du supérieur
Luxembourg	78 %	87 %	101 %	430.600	12 %
Allemagne	55 %	87 %	102 %	282.800	12 %
Belgique	50 %	87 %	108 %	170.300	10 %
France	52 %	87 %	101 %	308.500	12 %
Pays-Bas	65 %	91 %	-	-	-
Moyenne UE	58 %	83 %	-	242.500	12 %
Moyenne OCDE	60 %	84 %	-	267.100	14 %

Note : le rendement financier net d'un diplôme du supérieur reflète principalement les revenus additionnels qu'il procure par rapport à une personne n'ayant pas été au-delà du secondaire (ces revenus étant diminués du coût des études), le tout exprimé en parités de pouvoir d'achat. Le taux de rendement interne (colonne suivante) est le taux correspondant, permettant d'égaliser les cash flows négatifs et positifs (coût des études supérieures, puis revenus additionnels). Il est comparable au rendement nominal d'une obligation, par exemple. Ces deux indicateurs se rapportent à 2015.

“
La part d'ingénieurs et assimilés parmi l'ensemble des diplômés du supérieur est nettement en retrait de la moyenne européenne, ce qui pourrait constituer une gêne pour l'industrie nationale.
”

Ces résultats favorables sont peu ou prou confirmés par la proportion de jeunes de 18 à 24 ans qui ne sont ni en emploi, ni en éducation, ni en formation (les « NEETs »), qui s'établit à 9 % « seulement » au Luxembourg et en Allemagne, contre 14 % dans l'ensemble de l'UE, 19 % en France et même 27 % en Italie. Un bémol s'impose cependant en ce qui concerne le taux de redoublement, qui est (pour des raisons largement « institutionnelles ») l'un des plus élevés de l'OCDE, avec 10 % en 2016 dans le secondaire inférieur alors que ce taux est de 3 % dans l'UE.

Dans le supérieur, le Luxembourg se caractérise par une proportion élevée de nouveaux doctorants inscrits dans les technologies de l'information et de la communication (quelque 23 % pour les hommes en 2016, soit nettement au-delà de la moyenne européenne de 7 %). En revanche, la part d'ingénieurs et assimilés parmi l'ensemble des diplômés du supérieur est nettement en retrait de la moyenne européenne (respectivement 7 et 15 %), ce qui pourrait consti-

tuer une gêne pour l'industrie nationale. *Regards sur l'éducation 2018* insiste assez peu sur les résultats Pisa, déjà largement connus. Leur résultat général peut paraître médiocre pour le Luxembourg, mais il convient de rappeler cette spécificité que constitue l'apprentissage de plusieurs langues au Grand-Duché, peu profitable en termes de scores Pisa, étude qui n'est donc pas pleinement adaptée à la situation luxembourgeoise.

LES RETOMBÉES DE L'ÉDUCATION EN TERMES D'EMPLOIS OU DE SALAIRES

Une nouvelle partie de la publication de l'OCDE concerne les retombées de l'éducation en termes de taux d'emploi ou de revenus futurs. Les données associées sont synthétisées dans le tableau ci-dessus. Il apparaît clairement que le niveau d'éducation contribue à rehausser le taux d'emploi (deux premières colonnes du tableau). À l'inverse des autres pays examinés, le Luxembourg présente cependant déjà un taux d'emploi élevé pour

les personnes de 25 à 34 ans n'ayant pas été au-delà du 1^{er} cycle secondaire. Cette situation pourrait refléter le dynamisme de l'emploi au Luxembourg, conjugué à une rareté relative des profils les plus qualifiés. Autre enseignement intéressant pour le Grand-Duché : le taux d'emploi des diplômés de 55 à 64 ans de l'enseignement supérieur est passé de 54 à 69 % entre 2007 et 2017, alors que le taux correspondant n'a augmenté « que » de 8 points de pourcentage au sein de l'UE au cours de la même décennie. Ce résultat tend à suggérer que l'éducation supérieure constitue au Luxembourg un excellent outil d'accroissement de la participation au marché du travail.

L'éducation supérieure constitue au demeurant, du moins si on en croit les données de l'OCDE, un investissement des plus rentables pour les individus concernés. L'institution a en effet déterminé qu'au Luxembourg, le gain financier net (par rapport à des études limitées au secondaire) serait, sur une vie, de l'ordre de 430.000 dollars US au Luxembourg, avec à la clé un taux de rendement des études supérieures de quelque 12 % l'an. Par ailleurs, le désavantage salarial dont souffriraient (en moyenne) les résidents âgés de 25 à 64 ans nés à l'étranger disparaîtrait intégralement (et se muerait même en léger avantage) pour les diplômés du supérieur – ce dernier serait donc à cette aune un puissant facteur de cohésion sociale.

En conclusion, il est à noter qu'au Luxembourg comme partout ailleurs, l'éducation semble être un puissant facteur de cohésion sociale et de progrès économique. Les résultats de l'éducation semblent par ailleurs généralement acceptables, du moins si on en croit l'OCDE (et au-delà des « traditionnels » scores Pisa), malgré des spécificités luxembourgeoises telles que la forte proportion de personnes nées à l'étranger. On note cependant au Grand-Duché un certain nombre de « bémols » qui ne manquent pas d'interpeller. En particulier des dépenses élevées en niveau absolu, des taux de doublement importants ou encore une forte centralisation des décisions et d'élaboration des programmes. De quoi justifier une évaluation de fond dans la foulée des prochaines élections. ●

⁽¹⁾ OCDE (2018), *Regards sur l'éducation 2018 : les indicateurs de l'OCDE*, Éditions OCDE, 11 septembre 2018
<http://dx.doi.org/10.1787/eag-2018-fr>



NIESSEN
DEPUIS 1982

DES INSTANTS GOURMANDS
POUR VOS INSTANTS PRÉCIEUX

Afin de vous permettre de vivre pleinement les fêtes de fin d'année,
nous vous avons concocté des menus de Noël et de Saint-Sylvestre qui raviront le palais de vos invités.

DÉCOUVREZ-LES SUR WWW.NIESSEN.LU



TROISVIERGES

103 GRAND-RUE | L-9905 TROISVIERGES
TEL.: 99 81 03

LUXEMBOURG BELAIR

137 AV GASTON DIDERICH | L-1420 LUXEMBOURG
TEL.: 44 65 45

BERTRANGE

1 RUE DES CHAMPS | L-8053 BERTRANGE
TEL.: 31 20 80



147
acteurs relevant de l'industrie spatiale commerciale ont contacté le ministère de l'Économie depuis l'annonce de l'initiative SpaceResources.lu en février 2016.

LA NOUVELLE FRONTIÈRE DU LUXEMBOURG

Une agence spatiale nationale visant à développer les activités spatiales à des fins commerciales a été lancée le 12 septembre 2018.

Illustration : Fargo

L'agence a principalement une orientation économique. En ce sens, elle considère les activités spatiales non pas comme une fin scientifique, mais plutôt comme un moyen de servir une croissance économique qualitative. Ainsi, ses principaux objectifs sont : promouvoir la croissance économique et la création d'emplois, déployer l'écosystème spatial luxembourgeois, développer une main-d'œuvre locale compétente et participer au rayonnement scientifique et économique international du Luxembourg. La structure agira donc comme un *one-stop shop* de l'industrie spatiale pour fédérer tous les acteurs au niveau national, tout en gérant les relations avec les agences spatiales des autres pays, et ce avec une transparence et des procédures administratives allégées, propices aux investissements. Actuellement rattachée à la direction des affaires spatiales du ministère de l'Économie, l'agence spatiale nationale a noué certains partenariats avec un éventail de compétences variées. À ce jour, les 12 partenaires de l'agence sont l'ADEM, la Chambre de Commerce, l'Université du Luxembourg, Luxembourg Space Tech Angels, SES, Luxinnovation, le GLAE, l'IPIL, le FNR, le Technoport, le Luxembourg Science Center et la SNCI. ●



Marc Serres
CEO,
Luxembourg
Space Agency

LE LUXEMBOURG, UN PARADIS SPATIAL

Depuis l'annonce de l'initiative SpaceResources.lu et ses échos dans la presse mondiale, le Luxembourg est sur le radar des entreprises, des instituts et des organisations relevant du *new space*. Beaucoup cherchent à collaborer avec le Grand-Duché, qui se positionne comme le hub européen pour l'industrie spatiale commerciale, en général, et pour l'exploration et l'utilisation de ressources spatiales, en particulier. Un échange intense suit la première prise de contact avec de tels acteurs, afin d'évaluer le sérieux de leur demande. Il s'agit avant tout d'analyser si l'entreprise en question apporte une réelle valeur ajoutée à notre écosystème spatial. Dès le départ, nous cherchons à mettre ces entreprises en relation avec des instituts de recherche ou d'autres acteurs nationaux. À ce jour, près de 20 entreprises se sont établies au Luxembourg, dont les plus connues sont Spire Global, société américaine spécialisée dans la collecte et l'exploitation de données de petits satellites, ainsi qu'ispace (exploration cislunaire) et Kleos Space (nanosatellites). ●



Lynn Zoenen
Government affairs
manager,
ispace

TOUJOURS PLUS HAUT, TOUJOURS PLUS VITE !

ispace a été parmi les trois premières entreprises à s'installer au Luxembourg suite à l'initiative avant-gardiste du pays, qui nous permet d'accéder à des bourses de recherche pour développer les technologies et les instruments-clés pour nos missions, en collaboration avec le FNR, le LIST et l'Université. De plus, le gouvernement est accessible et toujours à l'écoute, et la loi sur l'utilisation des ressources spatiales favorise la confiance des investisseurs. Ces conditions font que les startups *new space* ne cessent de recruter les ingénieurs, scientifiques et *data scientists* les plus talentueux pour révolutionner la conquête spatiale. La taille, l'agilité, la capacité à prendre des risques calculés et la rapidité du Luxembourg sont à l'origine de l'accessibilité du monde spatial et de la multiplication des opportunités d'affaires. Nous attendons donc avec impatience l'arrivée de nouvelles startups qui partagent notre vision pour faire du Luxembourg LE hub spatial en Europe. ●

Mitbewohnung Projekt von Cohabit'AGE unterstützt von etika und die BCEE

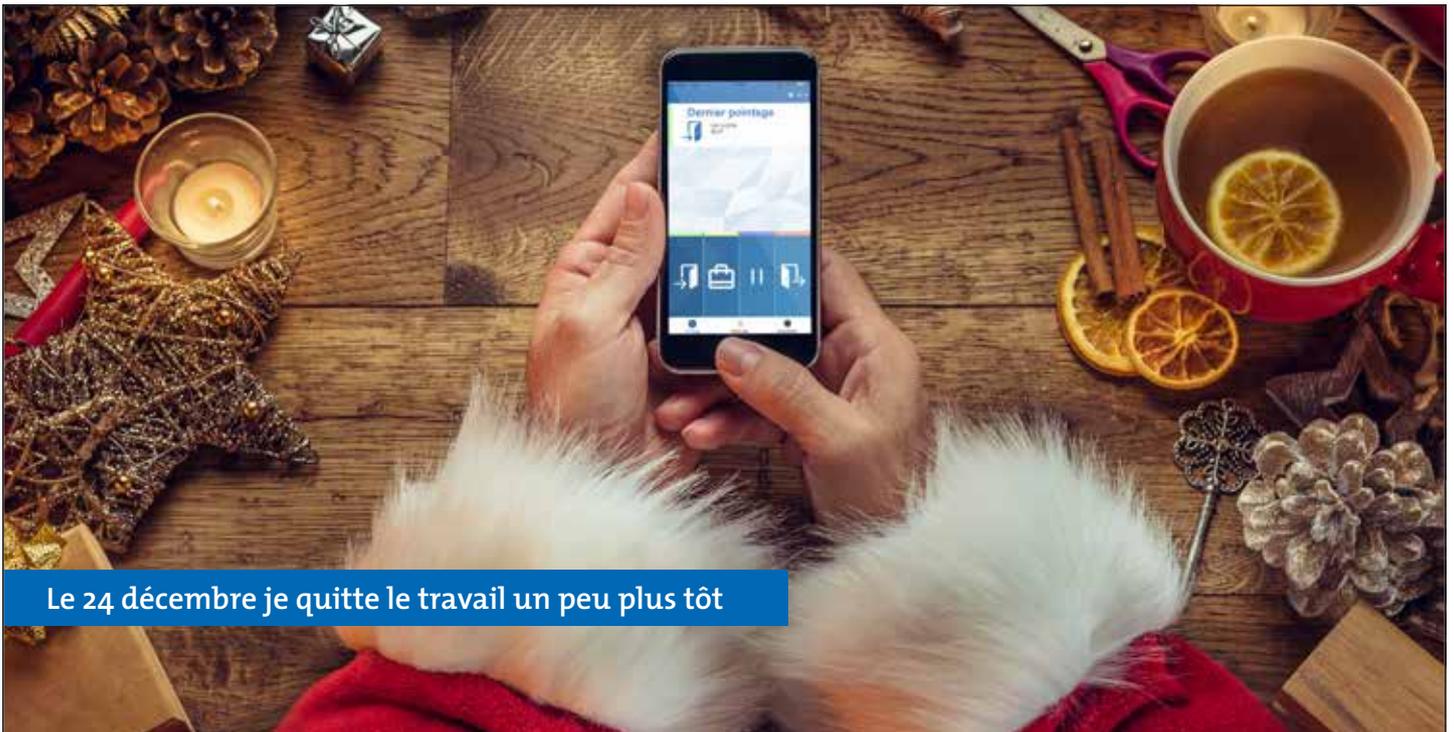
Für eine menschlichere Gesellschaft



In den vergangenen 20 Jahren haben etika und die BCEE zinsvergünstigte Kredite und Kreditlinien in Höhe von 10 Mio. Euro an **19 Projekte** im Bereich Gesundheit und Soziales vergeben: 10 Institutionen und Projekte zur Wiedereingliederung von Arbeitslosen, 4 integrative Organisationen, 3 Gesundheitseinrichtungen und 2 pädagogische Projekte.



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



Le 24 décembre je quitte le travail un peu plus tôt



🏠 92 route d'Arion L-8311 Capellen | 📞 +352 4938 72-1 | ✉ info@dsk.lu | 🌐 www.dsk.lu

LES RESTRICTIONS DE CONCURRENCE

CONTEXTE ET PERSPECTIVES

Le 28 septembre dernier, la Chambre de Commerce a co-organisé, avec le Conseil de la concurrence, une journée de conférence intitulée « Actualités de la politique de concurrence nationale et européenne ». Parmi les thèmes abordés lors de cette journée, l'un était consacré aux restrictions de concurrence dans le secteur de la distribution.

Texte : Affaires juridiques, Chambre de Commerce

Cette thématique a été suivie avec une attention toute particulière par les représentants des entreprises luxembourgeoises.

En effet, le secteur de la distribution s'avère particulièrement sensible à ces pratiques, alors qu'il fait notamment l'objet de restrictions dites « verticales » mises en œuvre par les fabricants ou les fournisseurs concernant la revente de leurs produits.

On entend par « restriction verticale » un accord ou une pratique concertée entre entreprises opérant à différents niveaux de la chaîne de production ou de distribution, et réglant les conditions dans lesquelles les parties peuvent acheter, vendre ou revendre certains biens ou services. Les pratiques fréquentes dans ce domaine sont notamment les prix imposés, la distribu-

tion exclusive, l'exclusivité territoriale ou les autres restrictions géographiques sur un marché déterminé.

Ces pratiques ont toujours été et sont encore un point de grand intérêt pour le droit de la concurrence et pour l'économie, alors que les accords verticaux sont des éléments incontournables des relations commerciales. Les entreprises interagissent en effet les unes avec les autres à différents stades de la chaîne de distribution. Bien souvent, les relations verticales entre les différents intervenants font l'objet de contrats assortis de clauses complexes et de nombreuses obligations s'imposent aux parties contractantes.

Dans la majeure partie des cas, ces restrictions font partie intégrante de la relation commerciale et de l'équilibre contractuel trouvé entre parties. Néanmoins, elles ont également parfois pour objet ou pour effet de restreindre ou de fausser la concurrence sur le marché concerné. L'appréhension de tels accords



s'avère donc particulièrement délicate, d'autant que diverses opinions coexistent sur les effets des restrictions verticales, mais diverses approches se matérialisent aussi en vue de traiter ces types d'accords.

QUE DIT LE DROIT EUROPÉEN ?

L'article 101 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) a pour objet de sanctionner les ententes entre entreprises qui sont incompatibles avec le droit européen de la concurrence. Son premier paragraphe énonce ainsi le principe de l'interdiction des ententes restrictives de concurrence et le second sanctionne de nullité de plein droit les violations de cette interdiction. Le troisième paragraphe prévoit quant à lui la possibilité pour certains accords, considérés comme favorables à la concurrence, de bénéficier d'une exemption sous certaines conditions. Les accords verticaux instaurant notamment des réseaux de distribution dite « exclusive » ou « sélective » sont donc en théorie considérés comme restrictifs de concurrence et, par conséquent, prohibés par le TFUE.

Pendant, outre la possibilité d'exemption prévue à l'article 101 paragraphe 3 du TFUE, il existe un règlement d'exemption général, le règlement d'exemption 330/2010 sur les restrictions verticales de concurrence, entré en vigueur le 1^{er} juin 2010, ainsi que certains règlements d'exemption par catégories qui s'appliquent à certains accords verticaux. Ces différents règlements ont pour objet de définir les conditions auxquelles un accord a priori restrictif de concurrence peut bénéficier d'une exemption et, par conséquent, échapper à la nullité prévue par l'article 101 du TFUE.

L'appréciation de la validité ou non des accords verticaux s'avère donc particulièrement ardue, et il convient dans chaque hypothèse d'étudier au cas par cas si l'on se trouve dans l'une des éventualités permettant de considérer la pratique instaurée par les professionnels comme étant incompatible avec le marché intérieur et, par conséquent, interdite.

VERS L'INTERDICTION DES RESTRICTIONS TERRITORIALES DE L'OFFRE ?

Concernant plus spécialement le marché luxembourgeois et les incidences que peuvent avoir certaines restrictions verticales, de

nombreuses entreprises luxembourgeoises, notamment dans le commerce de détail, ont rapporté faire face à des problèmes récurrents pour s'approvisionner librement auprès du fournisseur de leur choix au sein du marché intérieur de l'Union européenne.

L'accès au marché intérieur se trouve en effet régulièrement limité par la pratique de certains producteurs et/ou de leurs intermédiaires de refuser aux entreprises luxembourgeoises le libre accès à des réseaux d'approvisionnement de leur choix en vertu d'accords verticaux, ayant comme conséquences des niveaux de prix plus élevés et la limitation de l'offre de produits et de services sur le marché national. Ces pratiques sont dénommées restrictions territoriales de l'offre.

Une enquête du Secrétariat général Benelux (*Les restrictions territoriales de l'offre au sein du Benelux*), menée d'octobre 2016 à avril 2017 et à laquelle la Chambre de Commerce s'était associée, a permis de mettre en évidence les problèmes rencontrés par les entreprises luxembourgeoises en raison de leur accès restreint aux réseaux d'approvisionnement de leur choix au sein du marché intérieur de l'UE ainsi que les effets négatifs de ces pratiques sur le marché national.

Grâce notamment aux efforts conjoints des partenaires du Benelux, la Chambre de Commerce relève avec satisfaction que la Commission européenne a, dans sa communication du 19 avril 2018 sur le commerce de détail du 21^e siècle, appelé à éviter les restrictions territoriales de l'offre dans la mesure où ces pratiques limitent la concurrence dans le marché intérieur. Il conviendra donc de suivre avec attention l'évolution concernant cette problématique dans les prochaines années. ●

Liens utiles :

Conseil de la concurrence :
<https://conurrence.public.lu/fr.html>

Rapport du Secrétariat général Benelux, Des restrictions territoriales de l'offre dans le commerce de détail en Belgique, Pays-Bas et Luxembourg :
www.benelux.int/files/8215/2696/8422/etudebenelux.pdf

Communication COM(2018) 219 from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions dated April, 19th 2018, A European retail sector fit for the 21st century :
<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/EN/COM-2018-219-F1-EN-MAIN-PART-1.PDF>



INTERVIEW
 BENJI KONTZ
 Administrateur délégué,
 Groupe Arnold Kontz

Quelles sont les spécificités de votre secteur en termes d'approvisionnement ?

« L'ensemble des marques de voitures commercialisées en Europe sont entre les mains de seulement une vingtaine de constructeurs. Ceux-ci sont très puissants et imposent leur réseau de distribution aux concessionnaires, qui ne peuvent donc pas se fournir où ils veulent, alors même que les consommateurs, eux, sont libres d'acheter n'importe où. Les prix des véhicules sont relativement uniformisés dans toute l'Union européenne depuis l'adoption d'un règlement (2002) autorisant les concessionnaires à vendre dans tout le marché commun, ce qui n'était pas le cas auparavant. Ce n'est donc pas la fuite de nos clients vers les pays limitrophes que nous craignons aujourd'hui, mais la difficulté à maintenir des marges viables dans un contexte où nos fournisseurs ont un énorme pouvoir.

Quel est l'impact sur la compétitivité des concessionnaires ?

« Chaque marque disposant d'un réseau de concessions bien établi, les concessionnaires ne peuvent pas changer facilement de marques distribuées. Il arrive fréquemment que les fournisseurs, en position de force, imposent aux concessionnaires de passer par leur banque et d'adopter leur système informatique. Les concessionnaires sont aussi soumis à un système de marge variable dont le moindre point est lié au respect de règles strictes imposées par le fournisseur concernant le marketing, les résultats d'enquête de satisfaction client, le volume réalisé par modèle ou même le recrutement du personnel. Certains constructeurs imposent également des contrats à durée déterminée et, à l'approche de l'échéance, demandent des investissements supplémentaires aux concessionnaires. Toutes ces contraintes fragilisent énormément la rentabilité des concessions.

Quelles sont les solutions pour remédier à cette situation ?

« La Commission européenne estime que son rôle est d'assurer la libre concurrence et de protéger le consommateur final, pas le concessionnaire intermédiaire. Au Luxembourg, heureusement, la loi nationale a été modifiée pour rétablir certaines protections qui existaient dans le droit communautaire mais qui ont disparu en 2013. La loi luxembourgeoise du 24 juillet 2014 est d'ordre public ; c'est-à-dire qu'elle s'impose aux contractants et qu'elle rend les clauses contraires inapplicables. La Chambre de Commerce avait plaidé pour qu'une telle loi soit étendue aux autres secteurs du commerce. Ce serait en effet une bonne chose, car d'autres commerçants connaissent des contraintes d'approvisionnement ou des abus de puissance économique de leur fournisseur. »

GLOBAL ECOLOGY

HITTING THE GARBAGE MINE

The world's fastest-growing trash stream, e-waste, offers economic opportunity as well as toxicity.

Text: Brook Larmer, The New York Times 2018

The police raid on a junkyard on the outskirts of Bangkok had all the trappings of a drug bust. Swarming onto the open-air property in late May, officers from the Royal Thai Police found undocumented workers from Laos and Myanmar engaged in dangerous work that exposed them to blasts of toxic fumes and dust – a common hazard on the lowest rung of their illegal and booming international trade. The products these workers handled, however, were not heroin or methamphetamines but vast piles of discarded computers, electrical wires and circuit boards. And it's very likely that much of this electronic waste came from one of the world's biggest producers: the United States.

E-waste has become the world's fastest-growing trash stream. For all of us who have discarded a phone or computer for a newer, sleeker model, the reasons are hardly a mystery. Still, the growth is staggering: the worldwide accumulation of e-waste has more than doubled in the last nine years. In 2016, according to the United Nations University, a global think tank that tracks the problem, the yearly accumulation reached 49.3 million tons, enough to fill more than a million 18-wheel trucks stretching from New York to Bangkok and back. By 2021, the annual total is predicted to surpass 57 million tons.

The explosion of e-waste highlights its dual (and dueling) identities as both environmental scourge and potential economic resource. Though often laced with lead, mercury or other toxic substances, laptops and phones also contain valuable elements like gold, silver and copper. Yet barely 20% of the world's e-waste is collected and delivered to formal recyclers. The fate of the rest is largely unknown. Only 41 nations compile e-waste statistics, and their partial data can't keep up with the expansion of electronic devices into so many consumer categories,

toys and toilets, watches and refrigerators. In the United States, which generated an estimated 6.9 million tons of e-waste in 2016 (42 pounds per person), most e-waste probably goes straight into the trash. By one account, e-waste makes up just 2% of the total volume in American landfills, but more than two-thirds of heavy metals.

Despite being the world's second-largest producer – China recently claimed the top spot –, the United States is the only developed country that hasn't ratified the Basel Convention on hazardous waste, a treaty that restricts the exports of e-waste and that has the support of 186 parties. Moreover, the United States has no national law for managing e-waste, leaving the issue to the states (15 states still have no e-waste legislation in effect). The European Union, by contrast, has some of the toughest enforcement of e-waste laws in the world, banning exports to developing countries and compelling manufacturers to help fund recycling. Europe's recycling rates for electronics – around 35% overall – are much higher than the American rate. “*The US has always been the elephant in the room that nobody wants to talk about,*” says Deepali Sinha Khetriwal, a Mumbai-based research associate at UNU. “*Until it decides to play a part, we can't really solve the problem of e-waste shipments.*”

A significant but ultimately unquantified portion of American e-waste is quietly exported, mostly to Asia. Until last year, China was handling an estimated 70% of the world's processed e-waste. In January, Beijing imposed a sweeping ban on the import of e-waste as part of its “National Sword” campaign to slash the levels of what it calls “*foreign garbage.*” Though spurred by environmental concerns – rivers choked with toxic chemicals, local children with high levels of lead in their blood –, Beijing's move also seems emblematic of its increasing

self-sufficiency and growing rejection of the West. The ban has caused upheaval in the global trade in e-waste, diverting huge amounts to smaller nations ill-equipped to handle the overflow.

REUSE AND REPAIR

Even before the ban came into full effect, Chinese waste traders were setting up shop in Thailand. Days after the May raid outside Bangkok, the Thai police displayed seven containers at a local port, each packed with 24 tons of mostly broken electronics. So far, the Thai police have suspended the operations of five illegal e-waste processing facilities and found evidence of dozens of smaller high-polluting operations that risk contaminating the countryside. “*Thailand is getting hit by a tidal wave of electronic waste,*” says Jim Puckett, executive director of the Basel Action Network, a Seattle-based non-profit that has used GPS devices to track illegal exports of e-waste to Asia. “*The rest of Asia better get ready, because they are next.*”

“
The worldwide accumulation of e-waste has more than doubled in the last nine years.

”
The bulk of used electronics shipped to the developing world are meant to give second and third lives to devices and help bridge the world's digital divide. But the cloak of “*reuse and repair*” is often used to hide illegal exports of e-waste. This is ostensibly scrap, but the frenzy of hazardous e-waste activity in cities in Pakistan and Ghana, for example, testifies to the riches hidden in the piles of discarded electronics. According to researchers at UNU, the raw materials contained in e-waste were worth roughly \$61 billion in 2016, more than the gross domestic product of even middle-income countries like Croatia or Costa Rica.

The precious metals in e-waste, found especially in circuit boards, are more concentrated than in the most productive mines. In 2016, the gold in the world's e-waste

equaled more than a tenth of the gold mined globally that year. And yet, much of this treasure is simply reburied in landfills. Based on e-waste disposal rates, Americans alone throw out phones worth \$60 million in gold and silver every year.

The idea of “mining” e-waste has tantalized the recycling and electronics industries for decades. Until recently, most methods to extract value have been costly, inefficient and hazardous. Backyard recyclers in places like India and Indonesia recover gold by bathing circuit boards in nitric and hydrochloric acid, thus poisoning waterways and communities. Others, like the migrant workers in Thailand, break down used electronics with cooking stoves and shredders and wear no protection against the emissions.

Over the last few years, however, innovators have devised safer techniques in the lab that would wrest value from e-waste. One isolates rare-earth elements with carbon nanotube technology; another recovers key minerals by bombarding them with underwater sound waves. Josh Lepawsky, a Canadian geographer and the author of *Reassembling Rubbish*, finds hope in a curious phenomenon: the growing re-export of e-waste from the developing world back to advanced countries that have greater recycling capacity. An “e-waste offset” by which countries importing high-quality used electronics send back an equal volume of e-waste “is very promising,” Lepawsky says.

CIRCULAR ECONOMY?

As the extraction of metals becomes more efficient and eco-friendly, tech manufacturers may feel compelled to get raw materials from their own end-of-life products rather than from the earth. Apple, for instance, has pledged to make all of its future laptops and iPhones out of renewable resources or recycled materials. The idea goes beyond business to national security. “Governments are starting to take a more strategic view of e-waste, too,” Khetriwal says. “They ask, ‘how can we secure the raw materials we need for the future?’” Some of these metals and rare-earth elements are scarce, and some, like cobalt, are found mostly in conflict zones. By mining the ever-expanding mountains of e-waste, countries could steel themselves against the volatility in prices and supplies of the global



In 2016, according to the United Nations University, a global think tank that tracks the problem, the yearly accumulation reached 49.3 million tons, enough to fill more than a million 18-wheel trucks stretching from New York to Bangkok and back.

market. Some e-waste optimists envision a “circular economy” in which refurbished, reused and recycled raw materials help fuel a sustainable future. Japan was an early leader of this movement, pushing e-waste recycling with tough laws and, more recently, appealing gimmicks. At the 2020 Olympic Games in Tokyo, athletes will receive gold, silver and bronze medals forged from recycled e-waste, emblems of a world in which e-waste can take on the sheen of immortality.

“
The utopian vision of a circular economy is a long way off, though.”

“
The utopian vision of a circular economy is a long way off, though. E-waste recycling remains stubbornly low in most parts of the world. Even the extraction of precious metals has proved hard for companies to capitalize on. And the remaining mass of e-waste – mainly plastics laced with metals, chemicals and flame retardant – pose a

more intractable problem. The recycling of these complex plastics would probably need to be subsidized or enforced through legislation and few countries outside Europe or Japan have shown the commitment to make that happen. To move toward a circular economy, manufacturers would also need to embrace a “green design” that minimizes the generation of e-waste in the first place. Companies like Apple and Dell, though, have not taken enough measures to make their products easier to use longer. “Planned obsolescence,” the intentional creation of products that rapidly become outdated so customers must replace them with ever-newer models, remains the *modus operandi* of the tech industry. Manufacturers argue that the approach stimulates not only profits but also the very innovation that drives the global economy. And it has produced a Pavlovian response in consumers, for whom the temptation to buy a slightly cooler phone every couple of years has hardened into a seeming necessity. Not long ago, one tech manufacturer introduced a cheaper, longer-lasting phone – the perfect antidote to planned obsolescence. It was not a hit – but it was a reminder that we all share some responsibility for the explosion of e-waste in scrap yards across the world. ●

United Arab Emirates (UAE) Facts and figures



Political capital: Abu Dhabi (UAE)
Business languages: Arabic, Persian, English, Hindi
Business currency: United Arab Emirates dirham (AED)
Working days: Sunday through Thursday, 8 a.m. to 5 p.m./6 p.m.
Time lag with Luxembourg: +2 hours in summer/+3 in winter
Surface: 4,114km² (1.6 times the surface of Luxembourg)
Population: 3,103,000 (Dubai, August 2018 est.)
9,400,145 (UAE, July 2018 est.)
GDP per capita (PPP): \$67,700 (UAE 2017), 15th in the world ranking (Luxembourg is 5th)
Growth rate: 0.5% (2017)
Inflation rate: 2% (2017)
Unemployment rate: 1.6% (2016)
Ease of doing business: 21st among 190 countries ranked by World Bank (Luxembourg is 63rd)
Literacy rate: 93.8%
Internet users: 90.6% of the population (2016)
Mobile phone usage: 10,177,840 subscriptions
Logistic performance index: 3.94, 13th out of 160 countries ranked by World Bank (Luxembourg is 2nd)
Corruption indicator: 71 on a scale of 0 (highly corrupt) to 100 (very clean), 21st out of 180 countries ranked by Transparency International
Main economic sectors:
Agriculture: 0.9% (2017)
Industry: 49.8% (2017)
Services: 49.2% (2017)
Country risk classification (OECD): 2 on a scale of 0 (very little risk) to 7 (very high risk)
Sources: CIA, OECD, World Bank, Transparency International

DUBAI

WELCOME TO TOMORROWLAND

Do you know Dubai? If you had asked someone in our region in the 1970s or even 1980s, the answer would probably have been "no"! Today, there are great chances that 99% of the population know Dubai. Why did this change so dramatically? Probably because Dubai has been in the news for many years now due to its glitter and glamour. One could say that it has a touch of Las Vegas. But there is much more about Dubai. Situated in the Middle East, Dubai is located on the Arabian Peninsula, right on the shores of the Persian Gulf, and has become on the span of 30 years a true world business hub. However, it is only one of the seven emirates (Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Ras Al Khaimah, Sharjah and Umm Al Quwain) that form together a federal country, the United Arab Emirates (UAE).

Text: International Affairs, Chamber of Commerce
Photo: Expo 2020 Dubai

Burj Khalifa, the world's tallest building, the world's largest fountain as well as the world's largest airplane covered by flowers and numerous of the largest shopping malls in the world, all this can be found in Dubai. Dubai is indeed a city of superlatives but what is most impressive is the pace of its change.

THE OLD DAYS

In the 18th century, Dubai was a small fishermen village with a port, where locally built boats called "dhows" departed for trading in the Persian Gulf but also for pearl diving in the sea. Its geographical location made Dubai a true trading hub since its inception, and the British protectorate contributed to emphasising this role. But after the British troops withdrew from the region, things changed and the leaders of the tribal settlements met with the vision to build a new nation. On 2 December 1971, Dubai, along with Abu Dhabi, Sharjah, Ajman, Umm Al Quwain and Fujairah, joined in the Act of Union to form the United Arab Emirates. The seventh emirate, Ras Al Khaimah, joined the UAE in 1972. This marked the beginning of a new era for Dubai.

THE OIL ERA

Oil was discovered in the territorial waters of Dubai in 1966. The first oilfield was named "Fateh" or "good fortune", which led the emirate to grant concessions to international oil companies. Dubai had already embarked on a period of infrastructural development and expansion but the oil revenues, flowing from 1969 onwards, supported a period of growth with Sheikh Rashid embarking on a policy of developing infrastructure and building a diversified trading economy. Oil accounted for 24% of GDP in 1990, but this percentage was reduced to 7% in 2004. Specifically, one of the first major projects Sheikh Rashid

embarked upon when oil revenue started to flow was the construction of Port Rashid, a deep-water port. Originally intended to be a four-berth port, it was extended to 16 berths, as construction was ongoing. The project was such an outstanding success that shipping companies were queuing to access the new facilities. Port Rashid was to be further expanded in 1975 to add a further 35 berths before the larger port of Jebel Ali was constructed.

THE MODERN ERA

The pressure to keep the momentum and to build a diversified economy, far less dependent on oil and trade, led Sheikh Rashid into the development of numerous economic initiatives. Diversification into industry came with the implementation of Jebel Ali Free Zone, complemented by services industry-specific free zones throughout the city such as Dubai Internet City, Dubai Media City or Dubai International Financial Centre, making Dubai a hub for service industries such as information technology and finance. With the incorporation of Emirates airline in 1985 and the creation of the hospitality group Jumeirah Hotels & Resorts in 1997, Sheikh Rashid laid the foundation to turn Dubai into a tourism-oriented economy. With 15.8 million visitors in 2017 and a growth rate of 6.2%, Dubai joined within two decades the top ten touristic destinations in the world. This is not enough for Dubai and therefore the offer will further expand. Over 40,000 rooms will be added by 2020 to the existing 120,000 rooms, a time when Dubai is expecting some 20 million visitors, and not only for their landmark project, the world exhibition *Expo 2020 Dubai*.

WHAT'S NEXT?

Change is the only constant in Dubai. In 2016, Dubai announced the appointment of the world's first Minister of State for Happiness and Wellbeing that



oversees the plans, programmes and policies to achieve a happier society. The responsibility of this office is to “align and drive government policies to create social good and satisfaction.” In order to achieve this goal, new economic niches have been identified and will be further explored in the coming years. Tremendous opportunities lay in the field of healthcare, with the creation of free zones like Dubai Healthcare City or Dubai Science Park. Creative industries and the renewable energy sector will find in Dubai the perfect laboratory to support Dubai’s Vision 2021, to facilitate a more sustainable and self-sufficient future that maximises the sustainable use of indigenous resources and talent.

DOING BUSINESS WITH DUBAI

Since 2003, the Luxembourg Chamber of Commerce has brought numerous economic missions to Dubai and was closely associated with the Luxembourg Government to set up a national pavilion at the BIG 5, the most important regional construction fair. In 2018, the Luxembourg Chamber of Commerce concluded a successful visit to Arab Health with such great interest from the participants that it was decided to plan a national pavilion for 2019 at the largest healthcare trade fair in the Middle East. Trade fairs like Gitex or Gulfood are in general very important, sector-specific fairs which offer useful insights about the regional market and are benchmarked as worldwide musts.

With *Expo 2020 Dubai* on the horizon, the Luxembourg Chamber of Commerce plans a series of events leading up to this world expo and intends to offer with the Luxembourg pavilion a unique platform to Luxembourg companies to showcase their products and services. ●

Master plan of the Expo 2020 Dubai and Luxembourg pavilion location.

Useful contacts

Luxembourg Chamber of Commerce
International Affairs – Middle East
Edith Stein/Anne-Catherine Fohl
Tel.: (+352) 42 39 39 482/372
Email: middleeast@cc.lu

Luxembourg @ Expo 2020 Dubai
Daniel Sahr
Tel.: (+352) 621 235 828
Email: daniel.sahr@cc.lu
Website: www.luxembourgexpo2020dubai.lu

Embassy of the Grand Duchy of Luxembourg in United Arab Emirates
Tel.: (+971) 249 12 446
Email: abudhabi.amb@mae.etat.lu
Website: abudhabi.mae.lu

Luxembourg Trade and Investment Office/Abu Dhabi – UAE
Loic Bertoli
Tel.: (+971) 249 12 446
Email: ltio.abudhabi@mae.etat.lu
Website: www.investinluxembourg.ae

Coming events!

Arab Health:
National pavilion and accompanied visit, 28-31 January 2019

Economic mission:
2019, date to be determined

Dubai 2020:
National pavilion, 20 October 2020-10 April 2021



INTERVIEW
GILLES KLEIN
CEO, OSFP Safety Equipment

Quelles sont vos activités à Dubaï ?

« Notre société est spécialisée dans les systèmes d'extinction d'incendies. Au départ, nous avons abordé le marché dubaïote par le biais de la Civil Defence, qui était très intéressée par nos solutions de protection des bâtiments-tours, très nombreux à Dubaï. Nous y commercialisons un produit pour lequel nous sommes leader, le CAFS (compressed air foam system). Nous sommes fournisseur de véhicules de secours dotés de cette technologie et nous équipons de systèmes stationnaires des infrastructures sensibles, telles que des tunnels, centrales électriques, transformateurs, sites nucléaires, usines de traitement d'ordures, etc. Nous avons enfin une expertise dans la conception et la construction d'héliports équipés de nos systèmes de protection incendie.

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

« C'est un marché porteur pour tout ce qui est très innovant, car consommateurs et instances publiques sont amateurs de nouvelles technologies. De ce fait, c'est un marché qui peut servir de vitrine, car le monde entier regarde vers Dubaï, connue pour son esprit innovant et futuriste. Je ne vous cite qu'un exemple : la Chevrolet Corvette C7 de la Dubai Civil Defence, équipée de notre système d'extinction One Seven, est le véhicule d'intervention le plus rapide du monde. Il nous a attiré l'attention des médias et des réseaux sociaux du monde entier.

Quelles difficultés rencontrez-vous ?

« Pour le moment, la loi oblige chaque investisseur étranger à trouver un sponsor local, détenant au moins 51% de la société. Dans les faits, les sponsors n'interviennent pas dans le business, mais ont un rôle de garant. Il n'empêche qu'il faut les choisir avec discernement. Une réforme est en préparation pour aménager cette réglementation à partir du 1^{er} janvier 2019. Une autre difficulté est la réglementation complexe qui change en permanence. Cela implique que l'on passe beaucoup de temps en démarches administratives, d'autant que la communication entre les différentes administrations n'est pas toujours évidente.

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

« La langue arabe est indispensable pour les relations d'affaires. Il faut donc trouver quelqu'un de confiance sur place, arabophone et qui maîtrise toutes les règles et coutumes locales, pour se faire aider dans les démarches. Enfin, il faut bien évidemment respecter le style de vie local (pas d'alcool, pas de viande de porc) et savoir que la religion musulmane implique plusieurs temps de prière par jour. »

ALAIN RIX

«IL MANQUE PLUS DE 1.000 COLLABORATEURS QUALIFIÉS DANS LE SECTEUR HORECA»

Après avoir siégé pendant plus de 15 ans au conseil d'administration de la Fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Grand-Duché de Luxembourg, Alain Rix a pris la présidence de l'Horesca en 2009. Pour l'ancien hôtelier, l'horeca reste un secteur plein de promesses, même s'il est touché de plein fouet par la globalisation et l'ère du tout numérique.

Texte : Patrick Ernzer

Photos : Michel Zavagno - Laurent Antonelli / Agence Blitz

La Fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Grand-Duché de Luxembourg, que vous présidez, représente quelque 2.900 entreprises, du plus petit café au plus grand hôtel. Si vous deviez donner une appréciation globale, comment diriez-vous que se porte aujourd'hui ce secteur qui emploie près de 20.000 salariés au Luxembourg ?

« Le bilan est mitigé. Le secteur se porte tant bien que mal. Les entreprises sont confrontées à de nombreuses contraintes administratives et économiques. La différence entre les entreprises situées en milieu rural et celles situées en milieu urbain est indéniable en ce qui concerne la fréquentation et les attentes des clients. On ne peut pas non plus comparer la rentabilité d'une entreprise familiale à une multinationale, ni celle d'un hôtel à un restaurant ou à un café.

Si nous nous focalisons sur les PME qui opèrent souvent en milieu rural, alors on constate que la majorité de ces entreprises

emploient moins de 10 salariés et rencontrent d'autres problèmes que les grandes structures. Le propriétaire d'une PME doit en effet être un bon commerçant, un bon professionnel et effectuer toutes les tâches pratiques et administratives lui-même. La rentabilité d'un petit ou moyen hôtel ne suffit en effet souvent pas à engager du personnel pour réaliser ces tâches. La conséquence est que la partie administrative occupe de plus en plus de temps dans la journée de travail de l'hôtelier. Il faut compter au moins quatre heures par jour pour ces tâches, donc un mi-temps complet, et à condition encore que l'entreprise soit bien équipée en matière de bureautique et d'informatique. Or, notre mission est – ou devrait être – avant tout celle d'accueillir le client et de bien le servir, sans être obligé de passer la moitié de la journée enfermée dans un bureau. Malheureusement, cette tendance risque de s'aggraver encore, car de nouvelles directives européennes sont

déjà en préparation, et celles-ci ne vont certainement pas dans la direction d'une simplification administrative, bien au contraire.

D'autant que le Luxembourg, lorsqu'il transpose une directive européenne dans son droit national, a souvent tendance à aller au-delà de ce qui est exigé par le texte européen. Cela complique davantage encore la situation des acteurs locaux, qui doivent répondre à des exigences plus strictes que leurs concurrents étrangers. Bien évidemment, les grands acteurs souffrent des mêmes contraintes administratives, mais ils disposent d'autres moyens pour les gérer.

De manière globale, le secteur horeca tout entier est confronté aux défis posés par la digitalisation de la société. Cette digitalisation crée certaines opportunités, mais recèle aussi beaucoup de pièges.



Les contraintes administratives et fiscales qui nous sont tombées dessus ces dernières années ne nous ont pas facilité la tâche.



Quels sont les principaux défis auxquels le secteur horeca doit faire face aujourd'hui ?

« Le premier défi est de trouver du personnel motivé et qualifié, ce qui s'avère être une tâche de plus en plus difficile. Ensuite, les nouveaux acteurs de l'ère digitale, comme Booking.com ou Airbnb – pour ne citer que les plus connus –, deviennent incontournables pour les entreprises de l'horeca et grignotent de plus en plus les marges de celles-ci.

À cela s'ajoutent les nombreuses nouvelles réglementations locales et directives européennes dont je parlais précédemment et qui compliquent encore la vie des entreprises, et surtout des PME. Tout cela dans un contexte où les marges des entreprises ne cessent de baisser depuis 2007 pour se retrouver aujourd'hui en moyenne en ►



Alain Rix, président de la Fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Grand-Duché de Luxembourg, estime que la digitalisation de la société offre de nouvelles opportunités au secteur horeca, mais recèle aussi beaucoup de pièges.

dessous de 8,5 %, alors que la masse salariale ne cesse de grimper. De 2007 à 2015, elle est passée de 32 % à plus de 38 % en moyenne. La masse salariale n'est malheureusement plus liée à la productivité.

Cette évolution est avant tout la conséquence d'une pénurie flagrante de personnel qualifié. Cette pénurie ne touche évidemment pas seulement notre secteur, mais également de nombreux autres secteurs d'activité. Le ministre du Travail a récemment annoncé qu'il manquait plus de 1.000 collaborateurs qualifiés dans le secteur horeca. Nous sommes convaincus que ce chiffre est en fait sous-évalué.

Quelles solutions préconisez-vous ?

« Nous pensons qu'il est primordial de promouvoir et de valoriser nos professions auprès des jeunes générations. Notre secteur offre de très nombreuses opportunités d'emploi et ouvre de belles opportunités non seulement au Luxembourg, mais aussi à l'étranger. L'École hôtelière et de tourisme du Luxembourg (EHTL), ainsi que le Lycée technique de Bonnevoie (LTB) sont pour nous des acteurs incontournables dans la formation des jeunes.

C'est justement pour répondre aux besoins de main-d'œuvre qualifiée de notre secteur que nos prédécesseurs de la SACOL (Syndicat des aubergistes et cafetiers organisés du Grand-Duché de Luxembourg) ont fondé en 1949 l'École hôtelière de Diekirch (aujourd'hui École hôtelière et de tourisme du Luxembourg). Malheureusement, aujourd'hui, les capacités ne suffisent pas pour combler les besoins du secteur. Nous avons réfléchi à la façon d'intéresser les jeunes et les chômeurs à nos professions. Si l'on veut leur offrir une perspective dans nos entreprises, nous devons leur proposer des formations de base d'une durée de trois à six mois, donc en dehors des délais traditionnels d'un parcours scolaire. C'est la raison pour laquelle nous souhaiterions la mise en place d'une formation des jeunes dans un hôtel d'application, avec des délais réduits donnant accès à une certification d'expérience professionnelle.

Comment rendre les métiers du secteur horeca plus attrayants pour les jeunes générations ?

« C'est une très bonne question. Nous pensons que l'État pourrait activer certains

leviers pour augmenter l'attractivité de notre profession, par exemple en baissant l'âge de la retraite à 58 ans. Il pourrait aussi réduire le taux des charges sociales pour certaines professions afin d'augmenter le salaire net. Idem pour l'imposition des bas salaires.

D'un autre côté, les entreprises doivent elles aussi contribuer à l'attractivité du secteur, par exemple en aménageant les horaires de travail et les coupures de service afin de fidéliser le salarié à l'entreprise. Les clients doivent se rendre compte qu'un service de qualité a un prix. Hélas, les clients ne sont pas toujours prêts à payer ce prix. Pourtant, il le faudra si nous voulons à l'avenir rester capables de trouver du personnel qualifié.



Notre secteur offre de très nombreuses opportunités d'emploi non seulement au Luxembourg, mais aussi à l'étranger.



Que pensez-vous des plates-formes de réservation en ligne ?

« Un des grands pas que notre secteur attend du législateur est celui d'interdire la parité des prix, car l'hôtelier, peu importe la taille de son entreprise, ne pèse pas lourd contre la domination écrasante de ces nouveaux géants du numérique. L'hôtelier doit pouvoir retrouver son indépendance entrepreneuriale sans devoir craindre des effets négatifs et des pressions des grandes plates-formes d'hébergement. Aujourd'hui, l'hôtelier paie par exemple à Booking.com une commission variant de 15 % à 30 % du prix de la chambre. Les restaurateurs risquent de se voir très prochainement confrontés à la même problématique.

Mais la digitalisation englobe bien plus que les nouvelles plates-formes numériques. Notre secteur doit surtout se poser la question de savoir à quoi lui serviront les investissements en digitalisation avant même d'investir. Le progrès technologique ne s'arrête pas aux portes de nos entreprises. Elles doivent donc investir dans des

services et des outils informatiques qui leur permettent de mieux communiquer avec leurs clients, tels que le wifi, la smart TV, la réservation en ligne, l'accès électronique aux chambres, etc.

Quelles sont les mesures les plus urgentes revendiquées par l'Horesca pour répondre à ces défis ?

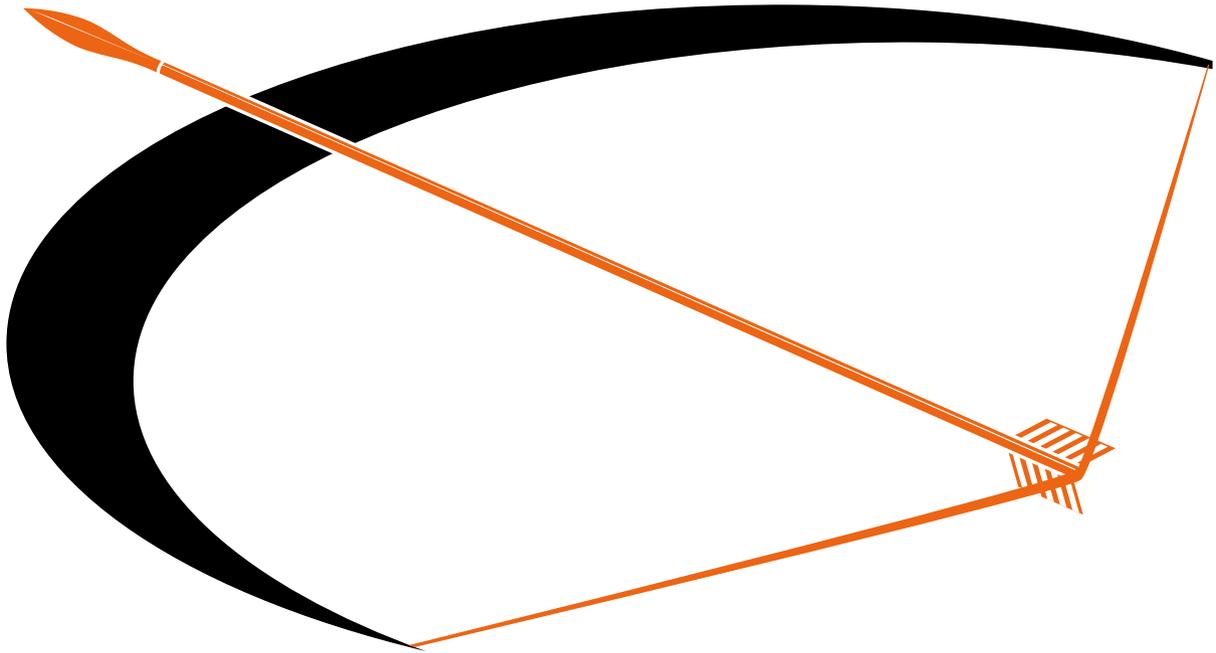
« Nous avons clairement formulé nos revendications dans un plan en 10 points que nous avons envoyé à tous les partis politiques. Nous souhaitons tout d'abord moins de réglementations, mais de meilleures réglementations. En ce qui concerne le droit européen, il faut que le Luxembourg se donne comme règle de transposer la directive et rien que la directive. En matière de simplification administrative, nous appelons de nos vœux une démarche simplifiée de la déclaration des travailleurs occasionnels et pour les contrôles d'hygiène.

Puis, il faudra que notre législateur réglemente les pratiques commerciales des nouveaux acteurs de l'ère digitale. Il faudrait aussi immuniser fiscalement les aides étatiques et trouver un moyen de lier l'augmentation des salaires à la productivité. Notre secteur profiterait par ailleurs énormément d'une libéralisation – ou du moins flexibilisation – des heures de travail. Nous avons à ce propos proposé la création d'un fonds étatique pour le développement touristique.

Le gouvernement sortant a identifié le secteur MICE comme un des secteurs à développer prioritairement au Luxembourg dans les années à venir. Quelle importance a cette stratégie de développement MICE pour le secteur horeca ?

« Cette stratégie est certainement importante, mais de nombreux hôteliers estiment que ce n'est pas en semaine que les hôtels rencontrent des problèmes pour trouver des clients, mais bel et bien en fin de semaine et surtout le week-end. Si le tourisme de congrès peut attirer une nouvelle clientèle, celle-ci se déplacera rarement en fin de semaine, sauf si le congrès débute un jeudi ou un vendredi et que le client décide de prolonger son séjour.

Si le tourisme de congrès a donc sa place au Luxembourg, nous estimons qu'il faudrait miser davantage sur le tourisme de loisirs, qui est surtout très important pour les ►



COMED

Conquer new markets abroad

Exploring and conquering new territories is a challenge for any company. Our International Affairs team helps you track down and target high-potential markets.

CHAMBER OF COMMERCE Tel: (+352) 42 3939-310 | international@cc.lu | www.cc.lu



Your partner for success



Pour permettre au secteur horeca de développer pleinement son potentiel économique, l'Horesca a envoyé aux partis politiques un plan en 10 points, ayant pour objectif d'améliorer les conditions de travail et le cadre légal y afférent.

entreprises situées en milieu rural. Nous devons aussi investir davantage dans le marketing touristique pour attirer une clientèle à fort potentiel économique. Évidemment, les entreprises doivent elles aussi investir dans leurs infrastructures pour satisfaire les nouvelles exigences des clients.

Aujourd'hui, les clients comparent nos établissements à ceux du monde entier. Nous devons donc miser sur la qualité, car c'est elle qui va en fin de compte déterminer le choix de destination du client et sa décision de revenir, ou pas. Nous devons aussi investir dans des attractions touristiques

uniques pour nous démarquer des destinations concurrentes. Enfin, nous devons développer une stratégie et un plan marketing pour le pays entier, tout en définissant pour chaque région un plan de développement touristique qui tienne compte des forces et faiblesses locales.

Le nombre de bistrot de village ne cesse de baisser. Est-ce une évolution inéluctable dans un monde où les contacts sociaux se font de plus en plus par des outils digitaux, ou existe-t-il des moyens pour contrecarrer cette évolution ?

« Toutes les contraintes administratives et fiscales qui nous sont tombées dessus ces dernières années ne nous ont pas facilité la tâche. L'interdiction de fumer ou l'augmentation de la TVA sur les boissons alcoolisées ont accéléré la mort de nombreux cafés.

La situation n'a pas été facilitée par le fait que les attentes des clients ont énormément évolué et que la rentabilité des bistrot s'essouffait depuis des années déjà. Pourtant, certains établissements ont résisté et ont adapté leur offre à la demande des clients. Ce n'était malheureusement pas possible pour tout le monde. » ●



TALENT CHECK ✓

DÉTECTEUR DE TALENTS

Building your future together!

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

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

Inscription et information sur :

winwin.lu



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



CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

by
**WIN
WIN**

INTERVIEW

RAYMOND BLANC

“MY PROBLEMS WITH BREXIT AND DIET”

French chef Raymond Blanc, owner of Belmond Le Manoir aux Quat'Saisons, a hotel-restaurant with two Michelin stars in Great Milton, Oxfordshire, England, has taught hundreds of chefs during his career, not least 34 protégés who have gone on to earn their own Michelin stars, including Michael Caines and Marco Pierre White. Blanc, who is considered to be Britain's favourite Frenchman, explains why leaving the EU has got personal.

Text: Sathnam Sanghera/The Times/The Interview People

Photos: Camera Press/The Interview People

It's probably not a wild surprise that Raymond Blanc isn't a fan of Britain leaving the European Union. After all, the chef patron of the two-Michelin-starred Belmond Le Manoir aux Quat'Saisons, founder of Brasserie Blanc restaurants, recipient of both an honorary OBE and the Légion d'Honneur, is perhaps Britain's single most famous continental import.

But an incident on the day after the vote made Brexit particularly traumatic for him. He was coughing on a train out of London, as a result of “a bit of asthma”. A man sitting nearby asked him to move carriage because he didn't want his young daughter to “catch” anything. Blanc explained his asthma “was not contagious”. To which the man replied crossly: “Well, I'm glad we voted you foreigners out.”

“All my life, I try to bring those two cultures together,” Blanc says in an accent that remains heavily French after 46 years of residency here. “We have British friends, my children were born in England, I love this country very, very much... On that day, I felt dark in my heart.” He shakes his head sadly. Through his office window, the French tricolour is flying above the entrance of his hotel. Does he think Britain made a mistake? “I am not political... [but] it may be a mistake for Great Britain to have voted out of Europe. We need to be big blocks together, to be stronger together, that's all.”

Blanc doesn't proffer any of this freely; I drag it out of him slowly. Indeed, he is not half as genial in person as he seems on screen. He tells me off if I interrupt (“Let me finish. If you interview me, I leave you time to ask questions, but...”) or if I don't quite understand what he is saying (“No, you must listen

carefully”), and complains about the press misquoting him (“I hope you're not going to do the same... I will follow it up, OK?”).

I still like him, though. The bossiness feels like teacherliness more than anything and is maybe a reflection of the fact that he has taught hundreds of chefs during his career, not least 34 protégés who have gone on to earn their own Michelin stars, including Michael Caines and Marco Pierre White. Also, any tetchiness around Brexit makes sense, because it is causing him problems. He explains that about 60% of his restaurant staff are European and “70% of the Europeans who would normally come in Britain do not any more”, which is proving a business challenge. Also, the politics appear to be causing family tension.

“
We have about 60% of guests who have an allergy. Now, if you don't have an allergy or a food intolerance, you're nobody!”

He praises his adult sons from his first marriage, saying, “there's a real friendship between them,” but adds, “it's been hard to establish,” and that Brexit risks pitting “father against son”. He reveals that while one son is a Brexiter, the other is a non-Brexiter. “I will not go into the details, but these issues are divisive... We are able

to speak about it, but sometimes it's tough. Brexit is really making a lot of us clash.” What is his son's reason for backing Brexit? “Culture. That's all I will say.”

He appears so unhappy discussing the subject that I attempt to cheer him up with my fond memory of visiting his restaurant for the first time in my early 20s. I was fresh from Wolverhampton and knew little about the south except that Belmond Le Manoir aux Quat'Saisons was one of the best restaurants in the world, so I took my girlfriend there. Unfortunately, my budget didn't extend much beyond the hire car so when we arrived, we ordered a starter each and shared a dessert – a delicious heather-flavoured crème brûlée, the memory of which can still make me salivate.

“It was a very light crème brûlée with no cream,” Blanc recalls. “But did you feel welcome? It's important, because the way you welcome guests, that is part of our DNA.” He explains that he wants his places to be “classless not class-led”, that he is proud there are as many standard family cars in the car park as Ferraris and Mercedes, and that he aims to create a relaxed environment where even young men who want to “order their dessert first, then main course, then starters, and one more dessert” are welcome. He says: “That type of luxury comes from my mum, it comes from my own terroir, my working-class background.”

The poverty of his childhood is a surprise. I didn't expect someone who runs a restaurant where you can spend £333 on a glass of cognac to be working-class. But Blanc, born in 1949 near Besançon in the Franche-Comté region and growing up as one of five children, had it hard. His father was a watchmaker and from their youngest age, he had his three sons toiling in the garden to grow vegetables to feed the family, which Maman Blanc would spin into miraculous meals. “I've been earning my bread from the age of six. The garden would supply the whole house, we had to feed seven, so I learnt everything about the soil, everything about seasonality and, of course, as a kid, I would have rather played football.”

Cooking struck him as a possible career only after he walked past a Michelin-starred restaurant called Le Palais de la Bière, but the manager would employ him only as ▶



Raymond Blanc is the chef patron of the two-Michelin-starred Belmond Le Manoir aux Quat'Saisons, founder of Brasserie Blanc restaurants and recipient of both an honorary OBE and the Légion d'Honneur.

In 1979, Belmond Le Manoir aux Quat'Saisons won the first of its two Michelin stars.



a cleaner. He was subsequently promoted to washer-up, then to waiter, but the head chef did not take kindly to his suggestions about his cooking and, one day, broke his jaw with a frying pan.

“The times we lived in were brutal. Only once I raised my hand on my child, Olivier. It was a good smack on the bottom, and that’s it, because I didn’t want to recreate that pattern of violence – of fear, as well.” Of course, lots of TV chefs now trade on it. *“A young chap being humiliated by some bully chef? No. I think some people will go to prison one day, because it’s not acceptable today, and if we are so short of staff, [it is] because our industry harmed itself for so long. Who wants to work 12 or 14 hours a day and then be threatened as well?”*

After his recovery, he travelled to Britain where he became a waiter at an Oxfordshire pub-restaurant called the Rose Revived. He volunteered to take over the kitchen when the head chef was ill one day. Having married Jenny, the daughter of the owner, Blanc left the Rose Revived to launch a restaurant with her in Oxford. He named the restaurant Les Quat’Saisons. In 1979, it won the first of its two Michelin stars.

The intense challenge of setting up an establishment dedicated to French fine dining in 1970s Britain when *“all the food was frozen, microwaved or beige”* took a physical toll; Blanc had a minor stroke in middle age. *“It was a tough period for me, with all sorts of dark moments.”*

Did he miss out on being a father at that time? His two boys were sent to boarding

school. *“When we took that decision with my first wife, you know, it was a tough decision. Personally, I’m a French republican, I didn’t want that. But having said that, it’s the best thing that happened to them and we were working so hard.”* Would he do it again? *“No, I would do it differently, of course.”*

He waxes lyrical about his family, in particular his mother, for whom he has just thrown a 96th birthday party, but he is less keen to talk about his two marriages (*“You’re too personal here!”*), or his Russian-born girlfriend, Natalia Traxel, two decades his junior. According to reports, Traxel was his best customer at Brasserie Blanc in Oxford, was once an expert figure skater and chess player, and first saw him when she was celebrating her 30th birthday at his restaurant.

But I persist because she teaches nutrition at the Raymond Blanc Cookery School, and Blanc recently made headlines for railing against *“the ‘fashionable’ obsession with having a food intolerance”* and fad nutritionism. *“I didn’t say it the way it was [reported],”* he protests before pretty much repeating what he was quoted as saying. *“We have about 60% of guests who have an allergy. Now, if you don’t have an allergy or a food intolerance, you’re nobody! We deal with it the best we can, because it [can be] serious... but all the allergies, we often have manufactured them.”* He adds that the difference with Traxel is that she has a degree in medicine, a master’s in nutrition, *“deep scientific knowledge”*, whereas others can declare themselves a nutritionist after a course *“five minutes, online”*.

On her website, she advocates avoiding spicy food and reducing alcohol in the evenings. Has she changed his approach to food? *“Not entirely, but instead of having two glasses of Pinot noir, I’ve cut to one and I try not to eat late. I eat very well. I’m a 68-year-old boy and I can run as fast as any kid.”*

He has also made headlines for claiming that British women are fatter than their French counterparts because they *“eat too much, all at once”*. *“I will tell you, that is true, that French women are extremely careful about their diet. Much more than in England. But that is also changing. Here, it’s more about weight loss, whereas the French will do it as a lifestyle.”*

We move on to talking about his unlikely friendship with the grime star Stormzy after they were introduced by a magazine (*“I liked the guy, he’s fun, and he’s going to bring his mum some time soon”*). But he seems to be at an age when he doesn’t always recognise the big names coming to dine, not least Kylie Minogue, with whom he ended up eating and dancing only after she was pointed out.

“
The way you
welcome guests is part
of your DNA.”

He says that he has always been unimpressed by celebrity. He realised after meeting his first famous guest, Charlton Heston, that they are just people, and he has seen young chefs be ruined by celebrity, *“suddenly behaving in the most atrocious manner”*. He admits that success went to his head once in the 80s.

He had treated himself to a new Mercedes convertible and, as he drove down the high street, he put the roof down so everyone could see him in it. *“Halfway through, [I thought] ‘What a stupid [idiot]!’”*

The self-deprecation of the story strikes me as very British, even though he describes himself as a man who is *“150% French”*. It’s not a shock, therefore, to learn as I leave that he has applied for British citizenship. Because of Brexit? *“Um... probably yes. I will have soon my passport.”* May I be the first of many thousands to say he is, despite our present national politics, very welcome indeed. ●



HOUSE OF TRAINING

Prenez de la hauteur
avec nos formations



Découvrez notre
catalogue 2019 et notre
nouveau site Internet

Vous êtes employé ou employeur et souhaitez faire évoluer vos connaissances et compétences ou celles de votre personnel ? Découvrez notre vaste éventail de formations dans 19 domaines d'activité différents ! House of Training : votre partenaire de référence en matière de formation professionnelle continue

Informations supplémentaires et inscriptions sur
www.houseoftraining.lu

GAËLLE HAAG

INVESTIR AU FÉMININ

En mai 2018, Gaëlle Haag a créé StarTalers. L'idée est partie du simple constat que les femmes investissent moins que les hommes. La startup a pour mission d'aider les femmes à mieux gérer leur avenir financier et les encourage à le faire en investissant dans des projets ayant un impact social et positif sur la société et l'environnement.

Texte : Marie-Hélène Trouilleux - Photos : Laurent Antonelli / Agence Blitz

Comment voyez-vous évoluer le secteur bancaire et le monde de la finance ?

« J'ai travaillé sept ans auprès du cabinet de conseil McKinsey et ai effectué une partie de ma carrière auprès de la KBL, une banque privée, où je me suis occupée de stratégie puis ai été responsable du réseau commercial, du marketing et de la communication pour tout le réseau européen. Bien que titulaire d'un master en finances et travaillant dans le secteur financier, je n'ai jamais été cliente d'une banque, et plus les années passaient, moins je me retrouvais dans le métier que j'exerçais. J'avais le sentiment que le modèle de gestion de patrimoine était voué à sa perte après plus de 20 ou 30 ans de bons et loyaux services. Ce qui me révoltait également, c'était de voir mes collègues masculins, gestionnaires et commerciaux, s'adresser uniquement aux hommes lorsque les clients venaient en couple. La femme était souvent tenue à l'écart, après qu'on lui eut servi une tasse de café. Il serait juste et normal de s'intéresser également à elles et de les impliquer, pour ne pas qu'elles soient démunies lorsqu'elles se retrouvent veuves. Les femmes ont une espérance de vie plus longue que les hommes et survivent souvent à leur mari... Le métier de banquier doit se réinventer. Je pense que les procédures sont trop lourdes et les coûts prohibitifs par rapport à la valeur ajoutée. Comme l'a montré la dernière crise financière de 2007/2008, le secteur bancaire est de plus en plus déconnecté de la réalité. Il est urgent de revenir aux choses essentielles. L'argent doit servir à préserver

les ressources et à replacer l'être humain au centre des préoccupations. Investir doit être un acte citoyen et responsable.

Pouvez-vous nous raconter comment vous avez franchi le pas et créé StarTalers ?

« En juin 2017, j'ai assisté à une conférence sur l'impact des femmes dans l'industrie financière. Organisée par les chambres de commerce des pays nordiques Swebelux et Nobelux dans les locaux de State Street Bank Luxembourg, le public y était essentiellement féminin. La conférence a démontré qu'en matière de finances, les différences de comportement entre hommes et femmes sont très nettes. Peut-être parce que les femmes, longtemps écartées du monde de la finance, ont choisi de tenir les cordons de la bourse dans leur foyer, il ressort que le risque ne fait pas partie de leur comportement d'investisseur. Les femmes éprouvent le besoin de voir leur argent investi de manière durable et responsable. Prudentes parce que moins formées – et moins confiantes –, elles veulent comprendre dans les moindres détails les options qui s'offrent à elles. Elles sont également attachées à l'impact sociétal de leurs investissements. Communiquer sur les valeurs, faire preuve de pédagogie, telle devrait être l'attitude adoptée par tout conseiller envers les clients – et pas seulement les clientes féminines. La crise a eu des effets pervers et a imposé une multitude de réglementations. Il faut survivre, contourner ces barrières et

commencer par l'éducation financière pour redonner confiance à ces femmes qui ont 40 % de capital en moins que les hommes à l'âge de la retraite, alors qu'elles vivent en moyenne cinq ans de plus. En cas de divorce, les femmes ne sont pas mieux armées pour gérer leurs finances et sécuriser leur avenir. Or, la liberté financière, c'est la liberté de pouvoir faire des choix... Cette conférence a été pour moi le moment de vérité ! J'ai eu plusieurs échanges avec des amies et des collègues, avocates, financières, et les conclusions étaient toujours les mêmes. Elles avaient honte d'avouer qu'elles étaient perdues et manquaient de temps pour prendre leurs finances en main. J'ai compris qu'il était temps de s'intéresser à ce marché et d'œuvrer pour un monde plus inclusif. Quelques mois plus tard, j'ai créé StarTalers !

D'où vient le nom que vous avez choisi de donner à votre entreprise ?

« Le nom 'StarTalers' vient d'un conte des frères Grimm (*Die Sterntaler*) dans lequel une petite fille pauvre est récompensée pour sa gentillesse par une pluie d'étoiles filantes se transformant en pièces d'argent (*taler* ou *thaler* : monnaie apparue au 15^e siècle, ndlr) qui la met à l'abri du besoin.

Quels services propose StarTalers ?

« La technologie de StarTalers permet de rendre la finance accessible en fonction de votre temps et style de vie. StarTalers est en quelque sorte votre conseiller financier digital. L'application offre un parcours éducatif au travers d'un chatbot, appelé Donna, sorte de jeu vidéo capable de simuler une conversation avec un ou plusieurs humains. L'idée est d'amener chaque femme à un niveau suffisant de compréhension pour trouver le chemin émotionnel qui va lui permettre de gérer un portefeuille, en tenant compte de sa personnalité et de ses objectifs. La technologie permet d'accélérer la prise de décision. L'accès au chatbot et à la partie apprentissage comprenant du contenu éducatif est gratuit. Un accès interactif permettant des échanges avec la communauté ou via un support en ligne est, quant à lui, payant contre abonnement mensuel. Cet accès interactif propose un parcours ludique et anonyme. Chaque femme est libre de jouer le rôle de mentor et d'être rémunérée, grâce à des points qu'elle peut ▶

“

Il appartient à chacun d'entre nous de changer un peu pour tout changer !

”



En 2018, Gaëlle Haag a créé
StarTalers pour aider les femmes
à gérer leur épargne.

StarTalers ambitionne de devenir la première plate-forme d'investissements responsables.



échanger contre des euros. Grâce au digital, le contact humain est préservé. Les utilisatrices reçoivent des notifications de StarTalers et la décision d'investir dans les produits et sociétés suggérés leur revient. Il est prévu de développer un vote 'proxi' pour leur permettre d'exercer leur droit d'actionnaire lors des assemblées générales.

Avez-vous pu bénéficier de programmes d'aides ?

« Nous avons bénéficié de l'aide de l'association WIDE pour la promotion des femmes dans le secteur de l'ICT. The Office, un espace de coworking, a mis ses locaux à notre disposition et grâce à WIDE, j'ai appris à coder. Aujourd'hui, je peux prendre part aux discussions de l'équipe technique. Début mai 2018, StarTalers a remporté un prix de 50.000 euros remis lors de l'Arch Summit, un événement dédié à l'innovation et organisé par le centre d'innovation Tomorrow Street. Ce prix nous a permis de financer notre prototype et de créer la société dans des conditions sereines. Il a apporté une visibilité au projet et nous a permis de mesurer l'intérêt de l'application auprès de notre cible grâce à des tests auprès de clients potentiels.

J'ai participé à des conférences dans le cadre des Entrepreneurs Days au sein de la House of Entrepreneurship de la Chambre

de Commerce et j'ai suivi des formations inspirantes auprès du BusinessMentoring. Plus récemment, nous avons été sélectionnés pour prendre part au programme Fit4Start de Luxinnovation. Fit4Start s'adresse aux startups *early stage* et offre un coaching intensif de quatre mois, un hébergement au sein de l'incubateur du Technoport, ainsi qu'une prime de 50.000 euros. C'est une très bonne nouvelle pour nous !

Comment voyez-vous grandir StarTalers ?

« Les statuts juridiques de StarTalers ont été officialisés fin mai 2018 et nous sommes en train de préparer notre demande de licence de professionnel du secteur financier (PSF) auprès de la CSSF. Mon associé, Thierry Smets, 54 ans, spécialisé en informatique et en finances, et moi sommes très complémentaires. Dans les 12 prochains mois, nous allons faire évoluer le produit et agrandir notre communauté dans nos marchés cibles : Luxembourg, France et Belgique. Le défi pour StarTalers sera d'analyser et de 'nourrir' régulièrement le produit au moyen de reportings financiers et de mesurer l'impact réel que les sociétés responsables génèrent. Il faut chercher la croissance avant la rentabilité. Nous n'avons pas encore de clients payants, mais nous avons enregistré 200 abonnés à notre newsletter en deux mois, dont 85 % de femmes âgées en moyenne de 35 à 45 ans.

Nous avons prévu d'atteindre le point mort en 2021. D'ici cinq ans, nous espérons rassembler plus d'un million d'utilisateurs - pas uniquement des femmes - et devenir la première plate-forme de conseil financier pour investisseurs responsables ! Le développement de standards en matière de développement durable pour un financement plus juste va devenir la norme. Un objectif mercantile sans objectif social et sans utilité pour d'autres parties prenantes ne peut plus durer. Il appartient à chacun d'entre nous de changer un peu pour tout changer ! À plus long terme, et à l'exemple d'Ellevest aux États-Unis, pourquoi ne pas proposer des produits à la vente, destinés à soutenir une bonne cause ? Nous envisageons également d'adhérer au mouvement 'B Corp' et d'obtenir ce label international accordé à des entreprises qui se fixent des objectifs sociaux ou environnementaux.

Avez-vous un message fort à transmettre ?

« Le fait de travailler dans l'éthique, de créer quelque chose de nouveau et d'utile et de revenir à des choses concrètes est très rafraîchissant. Il faut rester fidèle à ses convictions et ne pas se mettre de barrières. *'Il vaut toujours mieux demander pardon que demander la permission.'* C'est valable dans la vie de tous les jours ! » ●

www.startalers.com

EXPOGAST

13th INTERNATIONAL
TRADE SHOW FOR GASTRONOMY

24-28.11.2018



Venez vous informer, vivre de nouvelles expériences et partagez vos idées

- Spécialités luxembourgeoises
« Ecole d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg »
« Lycée Technique de Bonnevoie »
- Showcooking
« Eurotoques » et « All Japan Sushi Academy »

- Conférences et tables rondes sur divers sujets et thèmes
- Stands d'informations
- « Wëllkomm » - jeux de bistrot, présentation du nouveau livre « Hôtels, Cafés, Restaurants de la Belle Epoque au Luxembourg » et bien plus encore...

Découvrez la diversité du secteur horeca luxembourgeois sur le stand 3B44 de la Chambre de Commerce du Luxembourg et de ses partenaires.



MICKEY HARDT

KATCHI COMME « TENDRE »

**La « meat generation » est de retour !
Le restaurant Katchi The Beef Club, géré par
l'acteur luxembourgeois et cofondateur
Mickey Hardt, a ouvert ses portes en avril 2018,
place Guillaume II, au cœur de la capitale.
Place à un programme carnassier, avec
des viandes mûries et d'exception
pour ce nouveau restaurant qui défend
farouchement son concept de « beef club ».**

Texte : Marie-Hélène Trouilleux

Photos : Laurent Antonelli / Agence Blitz

Comment vous est venue l'idée de créer Katchi The Beef Club ?

« J'ai travaillé pendant près d'un an à la recherche d'un concept. En 2015, mon amie Tanja de Jager, ancienne présentatrice de RTL reconvenue dans la gastronomie, avait lancé Dipso, un bar à vins. Dipso marchant plutôt bien, trois ans plus tard, nous avons eu envie de lancer un nouveau concept à trois, avec Mario Comparetto, également associé de Dipso. Quant à moi, ancien entraîneur de kickboxing et acteur de formation, j'ai pas mal de temps morts et je souhaitais embrasser une nouvelle carrière dans la restauration. Nous avons tous les trois sillonné l'Europe et une partie du monde à la recherche d'une idée auprès de producteurs et de restaurateurs. Nous avons pris note des concepts intéressants, des choses à faire et à ne pas faire, en essayant de comprendre pourquoi tel concept avait du succès, tandis que d'autres fonctionnaient moins bien. Aux Pays-Bas, un restaurant nous a réservé un accueil extraordinairement chaleureux. Nous y avons apprécié l'idée de pouvoir partager les plats. Les viandes étaient servies prédécoupées, et les sauces et accompagnements circulaient à table. Ce concept avait un côté très convivial qui nous a plu. Alors que les restaurants végétariens et végans fleurissent un peu partout aujourd'hui, nous avons décidé de prendre le contre-pied ! L'idée de servir des viandes sélectionnées avec soin, a commencé à faire tout doucement son chemin...

En avril 2018, Katchi The Beef Club était créé pour les amateurs de viandes d'exception. Le nom « Katchi » signifie « tendre » en hindi, tendre comme la viande doit l'être.

Qu'est-ce qui fait la particularité de Katchi The Beef Club ?

« C'est le premier restaurant à Luxembourg à être équipé d'un four Southbend. Ce four permet de cuire la viande à quelque 800° C. Le temps de cuisson court donne toute sa saveur à la pièce de viande et permet une détermination exacte du niveau de cuisson. La température extrêmement élevée sur la surface de l'aliment cuit au gril engendre une sorte de caramélisation, comme une croûte croustillante. Associée à l'intérieur tendre et juteux de la viande, l'expérience gustative défie toute description !

La carte est élaborée par le chef Harald Wöhrle (*qui a fait ses classes pendant huit ans au Becker's à Trèves, deux étoiles au guide Michelin, ndlr*). Nous proposons plusieurs races à viande (Angus, Hereford, Salers, Rubia Galega, Wagyu, filets de bœuf labellisés luxembourgeois, etc.). Du bœuf de Kobe, bijou de la gastronomie nippone, devrait bientôt étoffer notre sélection. Nos viandes sont mûries sur place dans des caves spéciales. La viande s'attendrit pendant plusieurs semaines et perd 30 % de son poids en eau. La régulation ultra précise et constante de la température et de l'hygrométrie garantit une maturation optimale des viandes.

Elles sont toutes servies avec un choix d'accompagnements à la carte : frites au pesto et au parmesan, avocat farci à l'œuf et gratiné au fromage, asperges grillées... Notre volonté était de concevoir une carte avec des mets qui peuvent être facilement partagés. Vous choisissez une ou deux pièces de viande, et autant d'accompagnements et de sauces (toutes faites maison). Les convives organisent leur dégustation au gré de leurs envies, et le plaisir d'être ensemble fait le reste !



Katchi The Beef Club est le premier restaurant à Luxembourg à être équipé d'un four qui permet de cuire la viande à quelque 800° C.



Comment sélectionnez-vous vos viandes et où vous approvisionnez-vous ?

« Nous nous approvisionnons directement auprès d'éleveurs traditionnels et labellisés, respectant notamment des critères précis d'alimentation, d'identification, d'âge, de bien-être des animaux et de respect de l'environnement. Nos viandes viennent du Luxembourg, d'Allemagne, des Pays-Bas, d'Espagne, d'Italie, de France... Mario a des contacts en Espagne et en Italie, et Tanja en France. Nous connaissons chacun des producteurs et nous nous rendons régulièrement sur place. Pour le bœuf de Kobe, l'obtention d'une licence d'importation est nécessaire. Il est élevé selon des conditions d'alimentation très strictes dans la préfecture de Hyōgo au Japon, dont la ville principale est Kobe.

Quelles difficultés avez-vous rencontrées dans cette aventure entrepreneuriale ?

« Nous avons dû faire face à des dépenses et des frais d'aménagement qui n'étaient pas prévus, et notre budget a dû être revu à la hausse d'environ 30 % ! Le transport et les raccords électriques du four, importé des États-Unis, ont été assez compliqués, par exemple. J'ai travaillé plus de 60 heures ▶



Katchi The Beef Club, un restaurant pour amateurs de viandes d'exception, cofondé par Mickey Hardt, a accueilli ses premiers clients en avril 2018.

Tanja de Jager et Mickey Hardt sont amis
« de toujours » et co-fondateurs
de Katchi The Beef Club.



par semaine pour régler les problèmes, me débrouiller, improviser... Aujourd'hui encore, je ne compte pas mes heures. La restauration est un milieu très dur. Même si vous avez un bon chef cuisinier, il faut avoir des compétences en cuisine pour assurer la gestion. Et même si vous savez cuisiner, il faut apprendre la gestion, la réglementation, l'hygiène... Ça ne s'improvise pas. Il serait suicidaire d'ouvrir un restaurant sans se préparer et se former.

J'ai appris à tenir des tableaux à jour pour évaluer mes besoins mois par mois, afin d'éviter de manquer de quelque chose et de renvoyer une mauvaise image au client, ou de stocker un produit inutile et de perdre de l'argent. L'important est de bien évaluer ses besoins en tenant compte des demandes variables des clients. Il faut noter les produits qui se vendent bien et oublier ceux qui ne partent pas, pour adopter le bon fonctionnement.

Je gère aussi une équipe de six personnes : trois en cuisine et trois en salle. Je dois trouver des solutions pour satisfaire les besoins de mes employés, gérer le stress en cuisine... Les décisions doivent être prises rapidement, et le fait d'être sur place permet de mieux appréhender la réalité du terrain. Mon métier d'acteur m'aide à cerner les personnalités de chacun ou à

gérer les clients exigeants. Nous sommes un peu psychologues dans cette profession !

Avez-vous pu bénéficier d'aides lors de la création de votre société ?

« J'ai suivi une formation accélérée, dispensée par la Chambre de Commerce, pour l'accès à la profession et l'obtention d'une licence. Plusieurs aspects comme la gestion, les ressources humaines, la fiscalité, l'hygiène, etc. ont été abordés. Cette formation m'a été très utile et mériterait d'être approfondie. La House of Entrepreneurship m'a apporté une aide en matière d'autorisation d'établissement et des conseils juridiques au moment du choix du nom du restaurant. J'ai également dû bâtir un plan d'affaires qui m'a servi de guide, même s'il avait été jugé trop ambitieux.

Quels sont vos projets de développement ?

« Nous avons prévu l'organisation, une fois par semaine, d'une soirée musicale dans une ambiance festive. Nous allons également mieux communiquer sur le concept de 'beef club', et la carte des menus doit être adaptée en ce sens pour satisfaire la curiosité des amateurs de viandes. Le fromage s'affine, le vin se bonifie... et la viande se mature. Chaque produit répond à des critères très précis en termes d'élevage

“ Notre volonté était de concevoir une carte avec des mets qui peuvent être facilement partagés.

”

et d'alimentation. L'origine des viandes doit être indiquée et la méthode unique de cuisson doit être mise en avant.

D'ici cinq ans, tous les investissements doivent être amortis et peut-être que l'envisage d'ouvrir un autre restaurant avec un concept différent va me gagner. Tant que la passion est là, pourquoi pas ?

Un dernier mot à destination d'un futur entrepreneur ?

« Savoir s'entourer, être à l'écoute tout en gardant ses objectifs en tête, faire preuve de flexibilité et s'adapter à la demande sont les ingrédients du succès. Il est également très important d'avoir une bonne vision de son projet avant de se lancer. » ●

www.katchi.lu

STARTUP IN LUXEMBOURG?

Join the Luxembourg-City Incubator at the House of Startups

Offices adapted to your needs:

- 150 stations available in a space of 2000m²
- Open coworking space
- Closed offices for teams of 4 – 10 people

Gain access to a plethora of networks, experts and consultants:

- Access to a consultation space with qualified professionals
- Access to the national and international networks of the House of Startups

Profit from the ideal office location:

- 3 minute walk from the central train station
- 5 minute walk to the city centre
- Connections to all public transport

More benefits:

- Open 24/7
- Possibility to establish your head office
- Rooms for meetings, workshops, conferences, etc.

Contact us:

info@cityincubator.lu
www.cityincubator.lu

   Luxembourg-City Incubator

powered by



sponsored by



SUCCESS STORY

FABIANA BARTOLOZZI

LA MAISON DU BIEN MANGER

Ouvrir un restaurant est un défi que Fabiana Bartolozzi s'est lancé à l'aube de ses 45 ans. Fidèle à ses convictions, elle a souhaité que celui-ci soit 100 % bio et qu'il ait un impact sociétal. Bienvenue dans la deuxième vie de Fabiana.

Texte : Catherine Moisy – Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Qu'est-ce qui vous a donné envie de vous lancer dans la création d'un restaurant ?

« J'ai une formation d'éducatrice. J'ai travaillé 25 ans dans ce métier. Puis un jour, à 45 ans, j'ai réalisé que j'avais envie d'essayer autre chose et que j'avais le bon âge pour le faire. Ma première idée était d'ouvrir un gîte d'étape avec chambres d'hôtes, dans le sud de la France. Je connaissais la région de Sisteron et Gap pour y avoir vécu un an et je m'y voyais bien. Mais comme mon conjoint ne souhaitait pas quitter le Luxembourg, j'ai réfléchi à ce que je pourrais faire ici. J'ai toujours porté une grande attention à la qualité des aliments. Je me suis renseignée et formée sur ces questions. Dès l'âge de 20 ans, j'ai cultivé mon propre potager. Je cuisine bio pour ma famille. L'idée d'ouvrir un restaurant 100 % bio s'est donc imposée naturellement.

“
Je ne suis pas du genre à baisser les bras quand il y a une difficulté.
”

Comment avez-vous mené votre reconversion professionnelle ?

« J'ai d'abord suivi une formation de cafetier, formation accélérée qui permet d'obtenir une autorisation d'établissement pour l'exploitation d'un débit de boissons. Mais pour l'exploitation d'un restaurant, cela ne suffit pas. Il faut acquérir des connaissances solides en gestion et en management. J'ai donc suivi une formation spécifique de la Chambre de Commerce pour les futurs

commerçants, qui se déroule sur six mois, à raison de trois fois trois heures par semaine, en cours du soir. Cela m'a réellement permis de mûrir mon projet. Au début, j'avais en tête un concept un peu flou qui mêlerait la restauration à une librairie et une carterie. Mais mon projet a été choisi comme cas pratique d'étude pour le groupe en formation et les choses sont devenues beaucoup plus concrètes. C'est alors que j'ai décidé de me concentrer sur la restauration uniquement.

Quelles sont les difficultés et les opportunités que vous avez rencontrées pour mener à bien ce projet ?

« L'une des grandes difficultés a été de trouver un local correspondant à mes critères. Deux d'entre eux étaient incontournables : je voulais que l'on puisse voir la cuisine depuis la salle et que les toilettes soient accessibles aux personnes à mobilité réduite, donc en rez-de-chaussée. J'ai d'abord cherché en centre-ville, mais je n'ai rien trouvé. Puis j'ai eu l'opportunité d'acheter un local neuf au pied d'un immeuble en construction dans le quartier de la gare, place Wallis. J'ai pu la saisir et, parallèlement, j'ai obtenu un crédit alternatif ETIKA / BCEE pour mon projet de commercialisation de produits biologiques. J'ai fait le calcul. Cela ne revenait pas beaucoup plus cher qu'une location et c'était un bon investissement, qui allait pérenniser l'entreprise. Par contre, le chantier a pris du retard, ce qui m'a obligée à repousser la date d'ouverture du restaurant. Alors que j'avais engagé mon cuisinier, je ne pouvais toujours pas ouvrir. Ça a été compliqué, mais je ne me suis pas découragée.

Heureusement, j'ai été beaucoup épaulée par mon fils aîné, qui a fait des études d'hôtellerie. Son aide a été précieuse, notam-

ment pour les démarches administratives à faire auprès des douanes pour avoir le droit de vendre de l'alcool. C'est un dossier assez complexe à monter.

Est-ce que le quartier de la gare se révèle porteur ?

« Pour le service du midi, le quartier de la gare, très fréquenté à l'heure du déjeuner, est parfait car il y a beaucoup de bureaux. En général, il s'agit d'une clientèle qui est sensible à la qualité des aliments et qui est prête à dépenser un peu plus pour manger bio. Le soir, le quartier se révèle plus difficile. Il n'attire pas autant que le centre-ville. Depuis trois ans, le restaurant est ouvert tous les vendredis soir, mais le succès est inégal. Sur réservation, je peux aussi ouvrir le restaurant un autre soir, pour les groupes à partir de 12 personnes.

Est-ce que l'on peut rentabiliser un restaurant en n'étant ouvert que le midi ?

« Quand il y a beaucoup de clients, la réponse est oui (*Casa Fabiana peut accueillir jusqu'à 50 couverts, ndlr*). Le restaurant est aussi ouvert l'après-midi avec une formule salon de thé. Cela génère des revenus additionnels. Je dois avouer que 2018 est une année un peu curieuse où je note une légère baisse de l'activité. Pour le moment (*l'interview a été réalisée début septembre 2018, ndlr*), les locaux commerciaux voisins du restaurant sont vides et cela a un impact sur notre activité. Je suis de nature optimiste ; je pense donc que cette baisse n'est que passagère et cela nous pousse à être créatifs pour ▶

Les labels de Casa Fabiana :

- certification bio délivrée par Prüfverein Verarbeitung Ökologische (un à deux contrôles par an) ;
- certificat fair-trade pour le café, les thés, les jus de mangue et d'orange ;
- label « Sou Schmaacht Lëtzebuerg » certifiant l'utilisation de produits fournis par des producteurs luxembourgeois (fromage de chèvre, pain de Bio-Bäcker, bières Simon Pils, etc.) ;
- label « Wëllkomm » délivré par l'Horesca.



« Beaucoup de personnes viennent très régulièrement. Certains jours, je connais tout le monde dans la salle. »

soutenir l'activité. Ainsi, nous nous engageons (dîner dans le noir en partenariat avec le service Intégration et besoins spécifiques de la Ville de Luxembourg, par exemple), nous créons des animations (piano dans la salle du fond, soirée musico-gastronomique avec un petit concert vendredi ou samedi soir une fois par mois, exposition d'artistes qui change tous les trois mois, tables de conversation pour apprendre le luxembourgeois...) et nous accueillons des groupes (tricot-thé tous les 15 jours, le jeudi après-midi).

Les prix de la carte sont relativement élevés. Est-ce le prix à payer pour la qualité ?

« Les matières premières bio sont en effet environ 30 % plus chères que les autres et, comme tout est fait maison et que nous n'achetons aucun produit fini ou semi-fini, nous avons besoin de plus de main-d'œuvre pour la préparation des plats. Ceci dit, 80 % des clients choisissent le plat du jour qui est proposé à un prix raisonnable et notre carte comporte également un ensemble de formules à prix doux, à base de salades, quiches ou wraps.

Quelles sont vos tâches principales et que préférez-vous dans votre nouveau métier ?

« J'aime beaucoup le contact avec les gens, donc ce que je préfère, c'est l'accueil des clients, leur offrir une alimentation bonne et saine, voir qu'ils passent un bon moment et qu'ils repartent contents. Je suis présente tous les jours pour le service. J'assure une partie des achats, et beaucoup d'autres tâches administratives. Mes semaines comptent plutôt 50 heures que 40. Je travaille souvent le soir et je pense à certaines choses la nuit également. Je ne m'attendais pas à ce que cela soit si prenant. J'ai découvert cela en démarrant. Quand on est indépendant, on ne calcule pas ses heures. D'un coup, on a beaucoup plus de responsabilités mais aussi plus de liberté, le grand avantage étant de travailler pour soi. La personne qui m'a vendu les équipements de la cuisine m'avait prévenue : *'De tous les restaurants que j'ai équipés, ceux qui marchent sont ceux où le patron est présent'*, et je pense qu'elle avait raison.

Est-ce facile de trouver des fournisseurs qui respectent vos critères ?

« Quand on veut pouvoir proposer une carte 100 % bio, ce n'est pas évident de trouver les fournisseurs pour l'intégralité des denrées. Heureusement, il existe au Luxembourg une association d'agriculteurs bio et, au début, ils m'ont aidée. La plupart sont des fournisseurs locaux, quelques-uns sont en Allemagne car on ne trouve pas tout au Luxembourg. Je fais très attention au choix de mes autres fournisseurs également. La web-designer qui a créé mon site internet est très engagée dans le développement durable et est à l'origine de *almina.lu*, un réseau de partage d'informations alternatives, et j'ai confié la réalisation et la fabrication de la carte du restaurant à Autisme Luxembourg.

Votre restaurant est l'un des six du pays à avoir mis en place l'Ecobox. Quel est le succès de ce dispositif ?

« L'administration de l'environnement, la SuperDrecksKëscht et l'Horesca ont lancé cette boîte alimentaire réutilisable et ►



Chez Fabiana, tous les plats sont faits maison avec des produits 100 % bio.

**VISION
ZERO** RISQUES
ACCIDENTS
MORTS

www.visionzero.lu

  visionzerolu

**ENTREPRISES,
ENGAGEZ-VOUS !**
www.visionzero.lu

CINDY_VICTIME D'UN ACCIDENT DE TRAJET

« UN ACCIDENT DE TRAJET A BOULEVERSE MA VIE »

Réduisons ensemble le nombre et la gravité des accidents du travail et de trajet, et des maladies professionnelles. Entreprises de toutes tailles et de tous secteurs, engagez-vous.

Sécurité-Santé au travail. Tous concernés !

Les initiateurs de la VISION ZERO :



Chaque jour, le chef Sébastien Bert, qui accompagne le projet depuis le début, prépare les plats de la carte avec des produits provenant de 15 fournisseurs bio.



consignée (5 euros, *ndlr*) en mai 2018, comme une solution pour lutter contre le gaspillage alimentaire et l'utilisation de contenants en plastique non recyclable. Elle existe en deux formats : un grand pour les plats à emporter et un plus petit pour les entrées, desserts ou restes de repas. Le système est bien conçu puisque l'on peut se procurer une box dans un restaurant et la rendre dans un autre. Depuis que nous en disposons, sur cinq personnes à qui nous la proposons pour emporter des plats ou des restes, trois acceptent de la prendre. Je trouve que c'est un très bon début. Nous avons environ 30 boîtes en circulation, dont six auprès de clients qui l'ont complètement intégrée à leurs habitudes. La box nous permet également de proposer des plats à emporter quand le restaurant est complet, plutôt que

de devoir refuser purement et simplement de servir la personne.

Cette année, vous avez remporté un Bio-Agrar-Präis au salon agricole d'Ettelbruck. Qu'est-ce que cela représente pour vous ?

« En 2018, le prix, remis par le ministère de l'Agriculture, s'est ouvert aux professionnels de la restauration. Je me suis dit 'pourquoi pas ?'. J'ai été choisie pour remporter le prix par le public visiteur de la foire agricole et je l'ai vraiment vécu comme une reconnaissance. L'obtention de labels, avec tous les contrôles que cela implique, coûte cher et demande beaucoup d'énergie, mais quand on obtient la reconnaissance du public, on se dit que cela vaut vraiment le coup. Depuis, le prix a donné une visibilité supplémen-

taire au restaurant et nous avons eu de nouveaux clients.

Quels sont vos souhaits pour l'avenir ?

« Je voudrais vraiment arriver à trouver la bonne formule pour attirer du monde le vendredi soir. Je ne suis pas du genre à baisser les bras quand il y a une difficulté. Donc je vais réfléchir et trouver de nouvelles idées, et peut-être communiquer différemment pour faire savoir que nous sommes ouverts ces soirs-là. Et bien sûr, mon souhait le plus cher est de pérenniser les emplois que j'ai créés. C'est la plus grande responsabilité du chef d'entreprise. » ●

www.casafabiana.lu
www.ecobox.lu



Bringing the Voice of Business

With more than 90 000 affiliated companies, the Chamber of Commerce is the Government's primary partner on all matters impacting the competitiveness of Luxembourg's economy.

CHAMBER OF COMMERCE Tel: (+352) 42 3939-1 | chamcom@cc.lu | www.cc.lu



Your partner for success

SUCCESS STORY

PHILIPPE SCHEFFER

SERVICE PALACE

Philippe Scheffer connaît tout de l'Hôtel Le Royal, qu'il dirige depuis près de 30 ans. Il y a construit une culture d'entreprise qui repose sur la notion de service, et il partage avec son équipe la passion et la fierté du « bien recevoir ». Il affirme que, pour faire ce métier, il faut aimer faire plaisir.

Texte : Catherine Moisy - Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Pouvez-vous nous dresser un rapide historique de l'hôtel ?

« Je peux vous résumer l'histoire de l'hôtel en trois dates-clés. Son ouverture remonte à 1984. L'hôtel a ensuite connu deux grandes vagues de travaux. En 1997, il y a eu une extension de 40 chambres et l'ouverture du restaurant La Pomme Cannelle, qui a remplacé l'ancien restaurant gastronomique situé au sous-sol.

En 2015, nous avons donné le coup d'envoi de grands travaux de mise à niveau technique. Nous avons, par exemple, déplacé la centrale de climatisation du sous-sol vers le toit de l'hôtel, et nous avons revu le système de distribution et d'évacuation des eaux. Il s'agissait de travaux absolument nécessaires, mais pas très visibles.

C'est pourquoi nous avons décidé de saisir cette occasion pour rénover la plupart des chambres (170 sur 210, *ndlr*). L'hôtel a donc fonctionné de fin 2014 jusqu'à fin 2015 avec seulement 38 chambres. Nous avons gardé la majorité des employés pendant toute cette période. Nous étions 110 pour 38 chambres ! À l'issue de cette quasi-fermeture, nous avons eu la satisfaction de constater que nos clients nous étaient restés fidèles, contents de retrouver la localisation exceptionnelle de l'hôtel en plein centre-ville et de découvrir le nouveau restaurant, Amélyls.

Et vous, Monsieur Scheffer, quel a été votre parcours ?

« J'ai rejoint l'Hôtel Le Royal environ cinq ans après son ouverture. J'ai fait mes études à Lausanne. J'ai d'abord travaillé à Paris, à l'Hôtel du Louvre, en commençant par le bas

de l'échelle. Je suis ensuite devenu responsable de la restauration, avant de rejoindre l'Hôtel de Crillon, toujours dans le domaine de la restauration. Au bout de deux à trois ans, je suis devenu responsable administratif, mais je me suis rendu compte que j'avais plutôt le goût de l'opérationnel. À ce moment-là, j'ai appris que l'Hôtel Le Royal de Luxembourg cherchait un adjoint de direction. Comme je suis d'origine strasbourgeoise, je ressentais beaucoup d'affinités avec la culture luxembourgeoise, et j'ai été très heureux que cette opportunité se concrétise. C'est en 2006 que j'ai pris les fonctions de directeur général.

Quels sont les défis majeurs qui se posent à une entreprise d'hôtellerie haut de gamme comme la vôtre ?

« Le premier défi est l'entretien de la notoriété. La conquête du marché est un travail de séduction constant. Pour cela, la règle numéro un est d'être à l'écoute des clients.

Le second défi est la maîtrise des coûts, dans lesquels les frais de personnel représentent la plus grande part, tout de suite suivis par les achats alimentaires et de boissons. Notre secteur est donc directement et fortement impacté par le système luxembourgeois d'indexation des salaires, et la récente augmentation de la TVA sur les boissons alcoolisées, que nous n'avons pas souhaité répercuter entièrement sur nos prix, a contribué à grignoter nos marges.

Enfin, le recrutement de personnel qualifié représente aussi un défi permanent, surtout en restauration.

Nous devons aller chercher les candidats de plus en plus loin et surtout être très vigilants car, profitant de la pénurie,

certains survendent leurs compétences. Or, un poste vacant ou mal occupé a des conséquences sur l'ensemble de l'équipe, qui doit compenser les manques.

Les difficultés de recrutement que nous rencontrons dans la profession sont liées à plusieurs facteurs : les jeunes générations sont très attentives à leur qualité de vie et ne sont pas toujours prêtes à accepter les contraintes horaires de nos métiers, ainsi que la journée de travail coupée par la pause entre les services, d'autant que beaucoup habitent loin de leur lieu de travail en raison du coût élevé de l'immobilier au Luxembourg et ne peuvent donc pas rentrer chez eux se reposer. À cela s'ajoute le fait qu'en début de carrière, il y a une grande mobilité des jeunes qui veulent multiplier les expériences pour consolider leur CV. Cela ajoute une difficulté de plus pour fidéliser les bons éléments. ▶

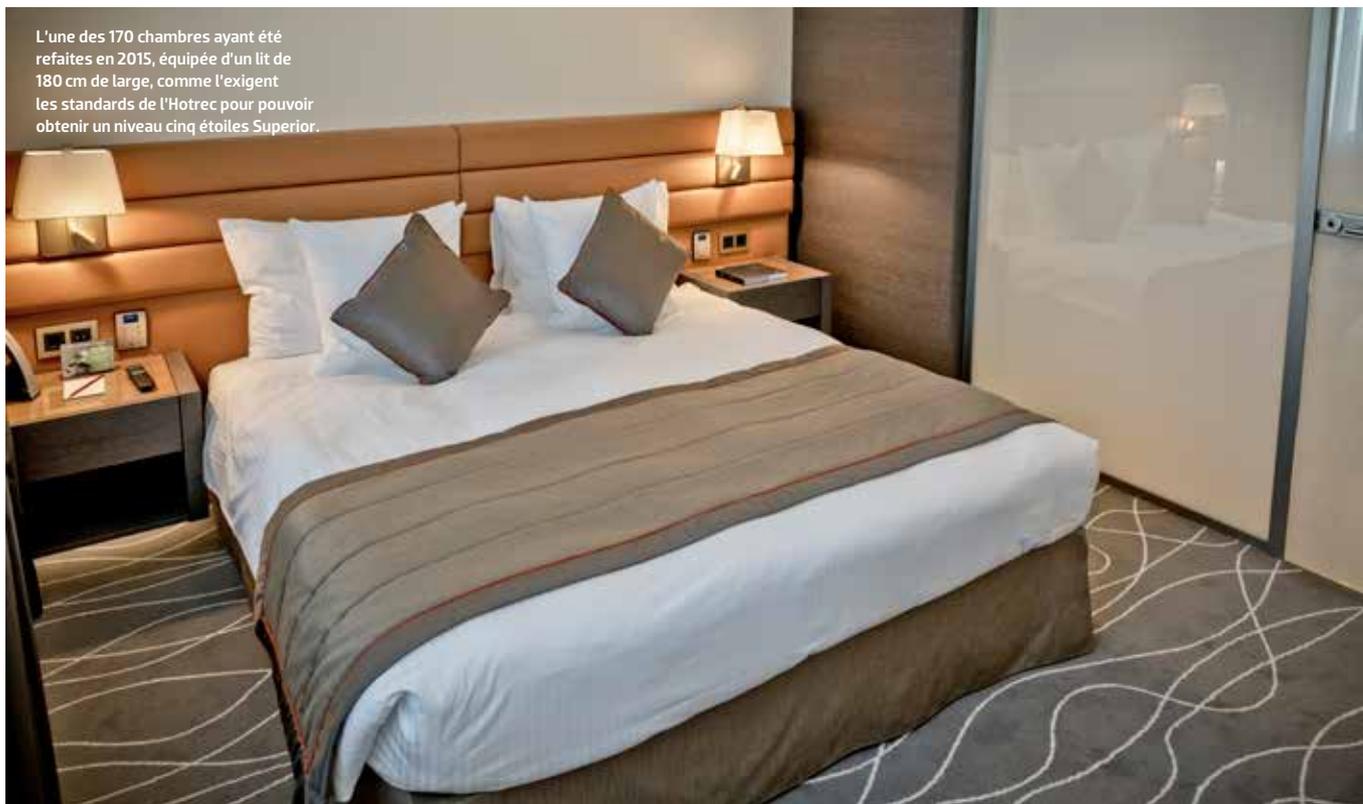
Faits et chiffres

- Surface de l'hôtel : **26.348 m²**
- Nombre de chambres : **200**
- Nombre de suites : **10**
- Nombre de couverts au restaurant Amélyls : **120**
- Nombre de couverts au restaurant La Pomme Cannelle : **80**
- Effectif : **195** personnes
- Part des réservations online : **23,5%** de l'activité
- **Demande la plus surprenante faite au concierge** : Un soir, une diplomate a demandé au concierge, vers 22 h, de lui préparer 500 saumons fumés, tranchés à la main, pour le lendemain matin. Chose demandée, chose faite : recherche, commande, réception, tranchage, emballage et livraison dans un avion privé pour le Qatar à 8 h le lendemain !



Philippe Scheffer (au centre)
entouré d'une partie des équipes de l'Hôtel
Le Royal. Il ne faut pas moins d'une
trentaine de métiers différents pour assurer
un service impeccable au quotidien.

L'une des 170 chambres ayant été refaites en 2015, équipée d'un lit de 180 cm de large, comme l'exigent les standards de l'Hotrec pour pouvoir obtenir un niveau cinq étoiles Superior.



“

Nous ne pouvons pas faire autrement que d'être présents dans l'offre des OTA (Online Travel Agencies), mais nous souhaiterions qu'il y ait davantage de réglementation dans ce domaine.

”

Quelles solutions avez-vous imaginées pour répondre à cette situation ?

« Pour les besoins des employés de l'hôtel, nous avons décidé de louer deux appartements en ville pour parer aux urgences. Ils fonctionnent sur le modèle de la colocation, le temps que nos recrues trouvent autre chose. La majorité de nos nouveaux employés sont des jeunes, mais il arrive que du personnel expérimenté y fasse un séjour également en l'absence d'une autre solution. Parallèlement, nous réfléchissons à adapter notre organisation pour éviter les coupures entre deux services, mais cela a un coût, car cela nécessite d'avoir plus de personnel. Au niveau de la profession, nous réfléchissons à des solutions communes pour former davantage de gens au Luxembourg à nos métiers. Pour répondre à la problématique du logement, une initiative bienvenue

serait la création, sur le sol luxembourgeois, de résidences à loyers modérés, réservées aux jeunes travailleurs, comme il en existe en France, par exemple.

Comment le luxe est-il perçu au Luxembourg ?

« Les clients sont très exigeants, mais ne souhaitent pas un luxe ostentatoire. Ils sont davantage sensibles à la qualité de service qu'au luxe proprement dit. Par exemple, il n'y a pas un très grand engouement pour les suites. Nous avons d'ailleurs profité des travaux pour supprimer l'une d'elles.

Comment les étoiles sont-elles attribuées, et comment se maintient-on dans le classement ?

« Le Luxembourg vient d'adopter la classification de l'Hotrec, la fédération euro-

péenne des hôtels, restaurants, pubs, cafés et établissements similaires. Dans ce système, chaque établissement cumule des points en respectant certains critères, qui peuvent se compenser les uns les autres. Chaque niveau correspond en outre à un cahier des charges précis. Le niveau cinq étoiles Superior, que nous venons de décrocher, exige par exemple une certaine largeur pour les lits. Nous avons donc investi dans du nouveau mobilier pour pouvoir prétendre au niveau que nous souhaitions atteindre.

Vous faites partie du réseau The Leading Hotels of the World. Quels sont les avantages de ce label ?

« Ce réseau comprend 430 hôtels indépendants. Pour y entrer, il faut passer un 'examen d'entrée', et pour y rester, il faut respecter un certain nombre de standards,

Le restaurant Amélys (120 couverts). L'Hôtel Le Royal dispose également d'un autre restaurant, La Pomme Cannelle, ainsi que d'un piano-bar et d'un room service fonctionnant 24h/24 avec sa propre carte.

contrôlés par une équipe de clients mystères. Ils vérifient environ 1.000 points de service à chaque visite (propreté, bar, spa, restaurant, demandes au concierge...), puis prennent rendez-vous avec la direction pour un compte-rendu. Les critères Leading Hotels intègrent ce qu'ils appellent l'intelligence émotionnelle, qui n'est autre que la capacité du personnel à s'adapter aux demandes et au style du client qu'il a en face de lui. Selon moi, c'est une bonne chose, car il faut faire attention à ne pas trop automatiser les comportements sous prétexte de respecter des standards. Il faut avant tout garder de 'l'humain' dans l'accueil des clients.

Faire partie du réseau Leading Hotels permet aussi de bénéficier d'une bonne logistique de réservation. C'est leur module qui est mis en ligne sur notre site Internet, de manière totalement transparente pour l'utilisateur.

Est-il incontournable d'être présent sur les plates-formes de réservation en ligne ?

« Aujourd'hui, nous ne pouvons pas faire autrement que d'être présents dans l'offre des OTA (Online Travel Agencies), mais nous souhaiterions qu'il y ait davantage de réglementation dans ce domaine, car dans certains cas, nous sommes face à des abus de position dominante. De plus, les sommes payées par les clients sur ces plates-formes ne servent pas l'économie locale.

Comment avez-vous vu évoluer les exigences de la clientèle ?

« Dans le temps, les gens fortunés voyageaient avec leur propre personnel, ou souhaitaient que l'on fasse tout à leur place, y compris défaire leur valise. Ce n'est plus le cas aujourd'hui. Le service Butler, par exemple, qui consiste à prendre en charge le client dès sa descente d'avion et à satisfaire ses moindres désirs, est encore parfois demandé, mais c'est devenu rare.

La clientèle est aussi beaucoup plus diverse qu'il y a 30 ans. Nous constatons que les attentes vis-à-vis du service hôtelier varient beaucoup en fonction de l'origine géographique des clients. La capacité d'adaptation fait donc partie de notre métier.



“ Une situation de surcapacité hôtelière ne pourrait avoir qu'un impact négatif sur les prix. ”

Quel est l'impact de cette évolution sur le recrutement et la formation du personnel ?

« Nous mettons un accent particulier sur la maîtrise des langues. C'est notre premier poste de formation, juste avant les formations de conformité aux critères Leading Hotels of the World. Heureusement, le personnel de l'hôtel est composé d'une vingtaine de nationalités différentes, ce qui représente un bon panel de langues parlées. Nous organisons des cours en interne pour l'anglais et l'allemand.

Que pensez-vous de la volonté d'augmenter le tourisme Mice (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions) au Luxembourg ?

« Le tourisme Mice est une bonne chose en soi, mais je pense que l'on se trompe quand on dit qu'il faut développer les capacités hôtelières dans cette optique.

Selon moi, cela revient à mettre la charrie avant les bœufs. Il y a 1.000 nouvelles chambres en projet au Luxembourg, et je pense que c'est trop d'un coup. Une situation de surcapacité ne pourrait avoir qu'un impact négatif sur les prix. Notre hôtel fait partie intégrante de l'offre Mice du pays. Nous jouons le jeu.

Par exemple, nous sommes présents au nouveau salon Meet Luxembourg, mais ce n'est pas la cible Mice qui va nous aider à remplir l'hôtel pendant les périodes les plus creuses, qui correspondent aux vacances scolaires et aux week-ends, à l'inverse de ce que l'on voit dans d'autres pays. Le développement Mice et l'organisation de congrès internationaux à Luxembourg risquent de faire venir du monde au moment où les hôtels sont déjà pleins, car la clientèle d'affaires est déjà très présente. Il faudrait donc davantage promouvoir le tourisme de loisirs, les *city trips* et les séjours de courte durée. » ●

www.leroyal.com/fr/nos-hôtels/luxembourg/hotel-royal

VISITE ENTREPRISE

CLEARSTREAM

LA BANQUE DES BANQUES

Spécialisé dans les services aux banques qui en sont les seuls clients, Clearstream est, avec Euroclear, l'un des deux organismes européens de règlement-livraison. Clearstream a des filiales dans 11 pays et compte aujourd'hui 2.500 clients répartis dans 110 pays à travers le monde.

Texte : Corinne Briault - Photos : Pierre Guersing

Institué par un consortium de banques principalement européennes, Clearstream a vu le jour en 1970 sous le nom de Cedel. Cedel est alors spécialisé dans le règlement-livraison d'euro-obligations (*euro-bonds*). En janvier 2000 naît Clearstream, issu de la fusion de Cedel International avec Deutsche Börse Clearing, une filiale de Deutsche Börse Group. En juillet 2002, Deutsche Börse achète les 50 % restants de Clearstream International, qui en devient une filiale à 100 %. Clearstream est un ICSD (*international central securities depository*) ou dépositaire central international. Son

métier est le règlement-livraison sur le marché des *euro-bonds*, ainsi que le règlement-livraison des titres et parts de fonds d'investissement. Les clients de Clearstream sont des banques ou des institutions financières (aucun particulier ne peut ouvrir de compte chez Clearstream), qui ouvrent un compte par lequel seront réglées / livrées leurs transactions. Rencontre avec Philippe Seyll, CEO de la société.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Je ne peux pas tous les citer, nous en avons beaucoup. Nous

travaillons notamment à la mise en conformité avec les règlements émis par les différents organismes en charge de leur mise en place, CSSF, FMI...

Puis, nous travaillons au bon fonctionnement du système T2S (Target2-Securities). Les économies modernes s'appuyant sur des flux de transactions qui se veulent sûrs et efficaces, il est nécessaire que les systèmes de paiement fournissent l'infrastructure qui permette de faire circuler l'argent et les titres (actions et obligations) dans l'économie. T2S est un système de paiement et d'échange de titres utilisé par les banques de l'Union européenne pour transférer des fonds et des titres entre elles en temps réel, harmonieusement et efficacement. Il permet de maintenir la stabilité financière dans la zone euro. C'est un élément-clé de l'intégration financière au sein de l'Union et nous veillons, en

collaboration avec la Banque centrale européenne, à ce qu'il soit constamment opérationnel pour que la libre circulation des flux de monnaie et de titres transfrontaliers puisse s'effectuer sans problème.

Enfin, nous menons également plusieurs projets en lien avec les fintech et les technologies de stockage et de transmission d'informations, transparentes et sécurisées, autrement dit les *blockchains*. Là encore, pour ne citer qu'un de ces projets, nous avons investi dans HQLAX, une startup luxembourgeoise qui offre une solution innovante pour améliorer et promouvoir la stabilité et la fluidité des échanges sur les marchés financiers.

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« Nous sommes une société commerciale, et en tant que telle, pour nous, gagner des mandats internationaux, qui nous per-



01.



02.



03.

mettent de déployer nos activités au niveau mondial, est une réelle fierté car cela nous permet d'afficher une croissance annuelle de 10 %.

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

« Les obligations réglementaires imposées aux secteurs de la banque et de la finance se sont considérablement accrues depuis une dizaine d'années. Si cette régulation est nécessaire, elle impose de nombreuses contraintes aux entreprises et les oblige à consentir de lourds investissements en termes humains et financiers, c'est un défi de tous les jours.

Je pense que certaines réglementations gagneraient à être élaborées selon une approche plus concertée avec les acteurs du secteur. Un autre grand défi vient de l'émergence des fintech qui évoluent très vite et nous obligent à veiller à être

constamment réactifs, à réinventer nos métiers. La banque d'aujourd'hui n'a plus grand-chose en commun avec celle d'il n'y a encore que 5 ans.

Si les fintech créent une émulation dans le secteur bancaire, cette évolution est un gros défi pour des acteurs plus « traditionnels » qui, par essence, peuvent réagir moins rapidement. Puis, mais c'est plus général, je pense que le plus gros défi du pays dans les prochaines années sera celui de la mobilité.

Si des solutions ne sont pas trouvées et mises en place rapidement, cela posera un très gros problème au pays et impactera nécessairement négativement tous les secteurs économiques, notamment car le Luxembourg va y perdre en attractivité pour les talents. Je pense que les autorités luxembourgeoises et la Chambre de Commerce s'y attendent et j'ai confiance en leur capacité d'innovation.

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 dans un premier temps, de la part des régulateurs des marchés, de mieux coordonner la mise en place de toutes les réglementations imposées aux organismes financiers ces dernières années, et, pour certaines, d'en expliciter plus clairement quel en est l'intérêt, quels en sont les nouveaux enjeux pour la société et l'économie. Puis, mais c'est plutôt un vœu qu'une chose à changer, je souhaite vraiment que les pouvoirs publics restent proches des entreprises. La proximité que nous avons ici avec les ministères et les administrations est un exemple de réussite et permet de régler tellement de problèmes rapidement par rapport à d'autres pays qu'il serait vraiment dommage de la perdre... ●

L'information continue

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

01. Philippe Seyll, CEO de Clearstream (à g.), et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce. **02, 03, 04, 05.** Clearstream est présent dans 110 pays et possède 11 filiales à travers le monde (Cork, Dubaï, Francfort, Hong Kong, Londres, Luxembourg, New York, Prague, Singapour, Tokyo et Zurich) pour un effectif global approchant les 2.000 collaborateurs, dont un millier à Luxembourg.



04.



05.



01.

KORN FERRY

LE CONSEIL AVEC TALENT !

Cabinet international de conseil en gestion des talents, des organisations et des rémunérations, Korn Ferry a été créé en 1969 aux États-Unis. Le groupe, qui fait partie des leaders mondiaux dans le domaine, a grandi au fil des années par le biais de nombreuses acquisitions, ce qui lui a également permis d'élargir sa gamme de services.

Texte : Corinne Briault et Korn Ferry
Photos : Pierre Guersing et Korn Ferry

La rareté des compétences, la difficulté à recruter les bons profils ou encore la volatilité des jeunes talents sont devenues le casse-tête quotidien des services de ressources humaines ces dernières années. Cette pénurie de talents touche toutes les entreprises. Actif depuis près de 50 ans dans le conseil RH, Korn Ferry accompagne les entreprises dans la définition de leur organisation, que ce soit au niveau de la structure, des rôles ou des responsabilités, mais aussi dans la manière dont elles rémunèrent,

développent et motivent leurs employés. Korn Ferry intervient également dans la sélection et le recrutement des talents dont les organisations ont besoin pour exécuter leur stratégie, et ce grâce à une large gamme de services proposés par le biais d'acquisitions de groupes tels que Lominger, LeaderSource, Whitehead Mann, Futurestep ou l'emblématique Hay Group, leader mondial du conseil RH, qui a rejoint la famille Korn Ferry en 2015. Korn Ferry regroupe ainsi actuellement trois lignes de métiers sous

une même marque : le recrutement de cadres dirigeants (Executive Search) ; le recrutement de cadres expérimentés et outsourcing du processus de recrutement (RPO) (Professional Search) ; le conseil dans tous les domaines concernant l'organisation et le talent (Advisory). La société dispose de la base de données la plus large au monde avec quelque 8 millions de profils. Présent en Amérique du Nord et du Sud, dans la région Asie-Pacifique, en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique, Korn Ferry International est un prestataire mondial de premier plan de solutions de gestion des compétences et compte aujourd'hui 7.500 employés dans plus de 100 pays. Plus d'une vingtaine de consultants dans le monde travaillent avec des clients au Luxembourg depuis plus de 25 ans. Le bureau luxembourgeois est composé actuellement de trois consultants à plein temps, et a l'ambition de s'agrandir. Rencontre avec Martine Kerschenmeyer,

Gabriela Nguyen-Groza et Kahina Feknous, *senior client partners*.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Outre le fait que nous 'réactivons' la présence physique de la société au Grand-Duché, Korn Ferry a récemment renforcé sa marque en mettant ses trois corps de métiers sous le même chapeau. Les marques Future-Step, pour le recrutement de cadres expérimentés, et Hay Group, pour le conseil, ont été complètement intégrées au sein du groupe Korn Ferry pour pouvoir mieux servir les clients, profitant de la synergie entre les trois lignes de business.

Quelle est la réalisation dont vous êtes les plus fiers ?

« Nous sommes toujours fiers de pouvoir aider les gens à s'épanouir dans leur rôle et de pouvoir aider nos clients à trouver les talents dont ils ont besoin, qui n'ont pas seulement les connaissances techniques, mais qui embrassent



02.



03.



04.



05.



06.

aussi la culture de leur entreprise et adhèrent aux mêmes valeurs que leurs collègues. Beaucoup de sociétés peuvent développer une stratégie, mais elles ont souvent du mal à s'y tenir ou à la mettre en place. Ce qui nous distingue de beaucoup d'autres sociétés est le fait que nous faisons le lien entre la stratégie et les talents. Nous sommes d'avis que la stratégie est dépendante du talent, qui est là pour la mettre en œuvre. Nous sommes aussi fières de pouvoir présenter des candidats talentueux qui viennent souvent vers nous de manière spontanée, ceci grâce à la réputation de Korn Ferry. Enfin, nous sommes fières, car nous sommes les seuls dans notre domaine à avoir réussi à regrouper et intégrer des services différents au sein d'une même société. Korn Ferry propose une gamme de services unique au monde, en offrant une solution complète en matière de conseil en ressources humaines. Nous accompagnons nos clients dans toutes les étapes de leur cycle RH et nous sommes capables de cou-

vrir l'ensemble des besoins des entreprises. De plus, nous sommes fières de faire partie du seul cabinet sur la Place luxembourgeoise qui, avec des bureaux dans plus de 100 pays et une base de données de plus de 8 millions de profils, peut s'appuyer sur un réseau mondial et proposer des talents et des compétences internationaux.

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

« La marque Korn Ferry est très bien connue au Luxembourg pour son activité de recrutement de cadres dirigeants.

Notre but est de la repositionner localement avec une offre de services élargie, qui aujourd'hui inclut également le recrutement de cadres expérimentés et une offre complète de conseil en ressources humaines, dans tous les secteurs de l'économie : finance, industrie, IT et services. Concernant la partie conseil RH, par exemple, les activités de Hay Group (notamment

celles liées aux études de salaires) sont très connues sur le marché, sans que l'on sache que Hay Group fait partie de Korn Ferry depuis 2015.

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 placer le Luxembourg sur l'échiquier des pays qui comptent pour le recrutement de talents, car le pays a de nombreux atouts à faire valoir. L'arrivée de Korn Ferry commence à modifier le paysage du marché local, car nous avons une offre complète, au niveau local et international, qui prend en compte tout le cycle RH. Nous souhaiterions travailler main dans la main avec la Chambre de Commerce pour promouvoir l'image du Grand-Duché à l'étranger et aider les entreprises locales et celles qui viennent s'y installer à résoudre leurs problématiques RH en leur offrant des services de grande qualité. » ●

En chiffres...



- 8 millions de profils sur la base de données
- Données sur la rémunération de 20 millions de salariés
- 6 millions de managers évalués
- 114 pays couverts par les bases de données
- 6 millions de collaborateurs répondent aux études d'engagement de Korn Ferry
- Chiffre d'affaires : plus de 1,8 milliard de dollars
- 7.500 employés dans plus de 100 pays

01. (De g. à dr.) Martine Kerschenmeyer, senior client partner, Korn Ferry ; Carlo Thelen, directeur général, Chambre de Commerce ; Gabriela Nguyen-Groza et Kahina Feknous, senior client partners, Korn Ferry. 02, 03, 04. Présent en Amérique du Nord et du Sud, dans la région Asie-Pacifique, en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique, Korn Ferry International est un prestataire mondial de premier plan de solutions de gestion des compétences et compte aujourd'hui 7.500 employés dans plus de 100 pays. Plus d'une vingtaine de consultants dans le monde travaillent avec des clients au Luxembourg depuis plus de 25 ans. Pour l'heure, le bureau luxembourgeois est implanté au Luxembourg Private Business Centre. 05, 06. Le bureau luxembourgeois est composé actuellement de trois consultants à plein temps et a l'ambition de s'agrandir.

L'information continue

Retrouvez toutes les visites d'entreprises sur www.cclu

PHOTO DU MOIS



STARTUP NATION

INAUGURATION DU LUXEMBOURG-CITY INCUBATOR

Lancé par la Chambre de Commerce en partenariat avec la Ville de Luxembourg, le Luxembourg-City Incubator (LCI) a été inauguré officiellement le 1^{er} octobre 2018 en présence de nombreux invités. Au centre, de gauche à droite: Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce, Lydie Polfer, bourgmestre de la Ville de Luxembourg, Martin Guérin, CEO du LCI, et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, entourés de membres du conseil communal de la Ville de Luxembourg: Isabel Wiseler-Lima, échevin; Tom Krieps; Serge Wilmes, premier échevin, et Patrick Goldschmidt, échevin.

Photo: Marc Wilwert / Photothèque de la Ville de Luxembourg





LUXEMBOURG-CITY INCUBATOR

UN NOUVEAU CENTRE D'INNOVATION

Inauguré officiellement le 1^{er} octobre 2018, le LCI avait ouvert ses portes dès le mois d'avril 2018 pour accueillir ses premières startups. Doté d'une superficie d'environ 2.000 m², le nouvel incubateur offre des espaces à toutes les jeunes pousses, avec une priorité pour celles émanant des secteurs des technologies urbaines, de l'environnement, du commerce, de la construction, du tourisme ou encore de la logistique.

Photos: Pierre Guersing / Chambre de Commerce

01. Lancé par la Chambre de Commerce en partenariat avec la Ville de Luxembourg, le LCI accompagne les startups dans leur phase de démarrage et de croissance, en leur proposant notamment un appui en termes d'hébergement et de conseil. Il offre également une passerelle vers les services de la House of Startups (HoST) qui facilite la mise en relation avec les investisseurs et les clients potentiels pour permettre à ces jeunes entreprises de croître.

02. Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce, a rappelé que l'institution restait pleinement engagée dans l'édification et la promotion du Luxembourg en tant que Startup Nation. La création de la House of Startups (HoST), où le LCI est hébergé, a constitué l'une des premières étapes de ce processus.

03. Lydie Polfer, bourgmestre de la Ville de Luxembourg, a mis en avant l'opportunité de l'emplacement géographique de l'incubateur, au cœur d'une capitale qui offre un environnement rassemblant un réel vivier de talents, multi-compétent et multilingue à la fois, et représente de ce fait une énorme opportunité pour les startups qui envisagent une extension vers les pays voisins. Les projets soutenus par le LCI portent sur les grands défis de la capitale de demain, domaines où des solutions intelligentes apporteront leurs réponses pour la smart city.

04. Martin Guérin, CEO du LCI, a assuré les startups de son soutien pour les accompagner durant leur phase de croissance forte, grâce à l'appui d'une équipe spécialisée et qualifiée. Les startups peuvent bénéficier au sein de la House of Entrepreneurship, de la House of Startups et de la House of Training de formations, de conseils de mentors et experts en levée de fonds et autres professionnels (comptables, spécialistes en ressources humaines, marketing, design, etc.). Le CEO s'est dit convaincu que le LCI et les startups qu'il accompagne constitueront des catalyseurs dynamiques pour le développement de la ville et du pays, sa mission étant de faire fructifier les jeunes talents et de contribuer ainsi à faire briller le Luxembourg à l'échelle internationale.

01.



02.



04.



03.



05.



06.



07.



08.

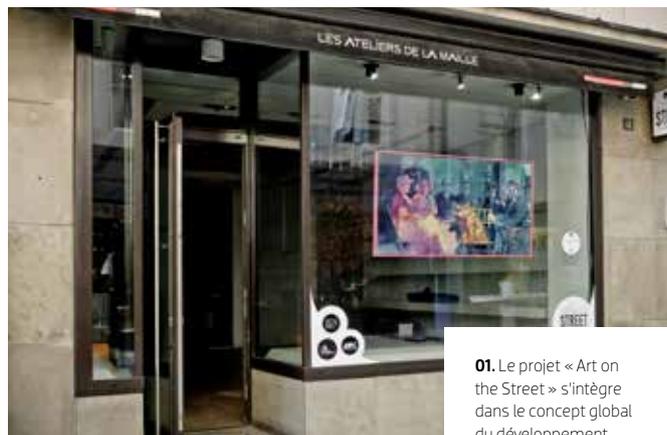


08.

05, 06, 07, 08, 09. Huit start-ups hébergées au sein de l'incubateur ont présenté aux invités leurs projets lors d'une séance de pitching. Le LCI abrite actuellement plus d'une trentaine de startups.



01.



02.

« ART ON THE STREET »

L'ART S'INVITE DANS LES COMMERCES DE LA VILLE DE LUXEMBOURG

Jeudi 4 octobre 2018, Lydie Polfer, bourgmestre de la Ville de Luxembourg, et Serge Wilmes, premier échevin et responsable du commerce, ont lancé le projet « Art on the Street ». Réalisé en collaboration avec l'Union commerciale de la Ville de Luxembourg et la plate-forme Art Work Circle, ce projet consiste en l'exposition d'œuvres d'art originales d'artistes luxembourgeois et de la Grande Région dans les vitrines de locaux commerciaux temporairement inoccupés au centre-ville et dans le quartier de la gare.

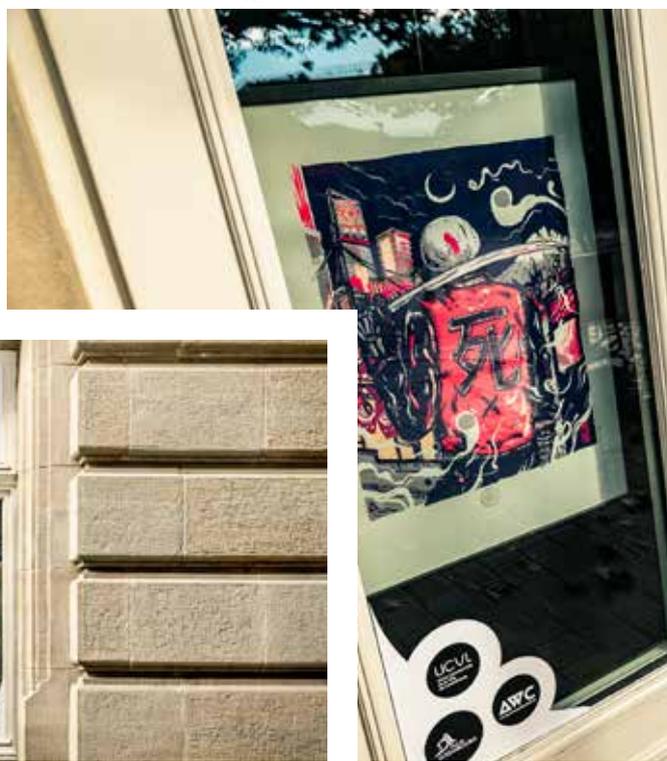
Photos : Marc Wilwert / Photothèque de la Ville de Luxembourg (photos 1 et 2) et Pierre Guersing / Chambre de Commerce



03.



04.



06.



05.

01. Le projet « Art on the Street » s'intègre dans le concept global du développement économique et commercial de la Ville de Luxembourg et répond à ses objectifs en matière de politique culturelle. Il met en valeur les commerces vacants et disponibles à la location, favorise la création artistique et offre aux artistes une nouvelle visibilité, accessible 24h/24 et 7/7 aux citoyens, aux visiteurs et aux touristes.

02, 03. Le local au rez-de-chaussée du Cercle Cité, au coin de la rue Genestre, accueille une sérigraphie de Mik Muhlen, et le Cityshopping Info Point de la place d'Armes expose une photo de Christian Wilmes. La vitrine du 38, rue Philippe II est décorée avec une peinture d'Armand Strainchamps, et huit autres peintures de l'artiste sont exposées à l'intérieur du local commercial. Une peinture à l'huile de Chantal Maquet peut être admirée au 40, rue Philippe II.

04. Le site www.artonthestreet.lu permet de localiser les commerces qui participent au projet. Il livre les données techniques se rapportant aux œuvres d'art qui peuvent être achetées via la plate-forme Art Work Circle (www.artworkcircle.lu). Chaque œuvre vendue sera remplacée, de manière à garder le concept vivant.

05, 06. La Ville de Luxembourg lance un appel à participation aux propriétaires et promoteurs de locaux commerciaux temporairement inoccupés à Luxembourg-ville. La participation est gratuite et s'effectue selon le règlement en vigueur.

Plus d'informations sur vitrines.vdl.lu, www.artonthestreet.lu et www.artworkcircle.lu.



COMED

Notre ambition : vous faire décoller !

Vous visez la lune avec votre startup ? Vous souhaitez explorer de nouveaux marchés ? Vous rêvez des capacités de leader de captain Kirk ? Quelle que soit votre ambition, nos équipes sont là pour vous conseiller et aider.

CHAMBRE DE COMMERCE Tél. : 42 3939-1 | chamcom@cc.lu | www.cc.lu



Votre partenaire pour la réussite



01.

AFFAIRES INTERNATIONALES

LE LUXEMBOURG RENFORCE SA COOPÉRATION AVEC L'ALGÉRIE

Les 18 et 19 septembre 2018, la Chambre de Commerce a accueilli une délégation algérienne d'une vingtaine de participants emmenée par la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI), en visite au Luxembourg pour une mission économique exploratoire.

Photos : Pierre Guersing / Chambre de Commerce



02.

01. Un Memorandum of Understanding a été signé entre Ouahiba Behloul, directrice générale de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI), et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce du Luxembourg, ayant pour objectif de renforcer les relations économiques et commerciales entre le Grand-Duché et l'Algérie.

02. De g. à dr. : Sabrina Aksil, conseillère Affaires internationales, Chambre de Commerce ; Vincent Lyonnet, directeur commercial et marketing de Bâtiments Moins Chers ; Ouahiba Behloul et Jeannot Erpelding, directeur Affaires internationales, Chambre de Commerce.

Ce dernier a invité les entreprises participantes à s'orienter vers des marchés de proximité comme l'Algérie, qui offre d'énormes potentialités de développement, notamment dans les secteurs du numérique, des énergies renouvelables, de la santé et de l'agro-industrie.

03. Ouahiba Behloul a expliqué que l'économie algérienne se trouvait aujourd'hui confrontée à une problématique de diversification à laquelle le Grand-Duché a déjà dû faire face. Le secteur des hydrocarbures constitue depuis longtemps la pierre angulaire de l'économie algérienne, qui prévoit une intensification des initiatives de diversification en faisant notamment appel au savoir-faire des entreprises étrangères (formations, produits innovants, solutions techniques, etc.).

04, 05. La deuxième journée de travail était consacrée à des visites sur site, ciblées selon les sujets d'intérêt communs à l'Algérie et au Luxembourg. Ainsi, la délégation algérienne a eu l'opportunité d'être reçue par les directeurs de grandes structures telles que CFL Multimodal et l'Eurohub Sud pour la logistique, l'IFSB pour la formation, Neobuild pour le secteur du bâtiment, le LIST pour les sciences et technologies, ainsi que le Technoport, premier incubateur du Luxembourg, qui vient de fêter ses 20 ans.



03.



04.



05.

PAPERJAM
CLUB

MM
MAISON MODERNE

MERCREDI 21 NOVEMBRE 2018

10x6 KEYTRADE

10 FONDS 10 STRATÉGIES

Il est rare de rencontrer et écouter les stratèges des nombreux fonds d'investissement logés au Luxembourg. Les secteurs en croissance sont nombreux autant que les fonds qui y sont consacrés. Entre l'espérance de rendement et la maîtrise du risque, comment choisir les thèmes et les instruments dans lesquels investir?

Ce 10x6 vous présentera de nombreuses possibilités en rassemblant 10 responsables qui présenteront chacun les particularités de leurs produits. Une occasion pour comprendre les perspectives des marchés et comment en profiter.

LIEU

Centre Culturel Tramsschapp
Luxembourg-Limpertsberg

PARKING

72-74, Avenue Pasteur
Luxembourg-Limpertsberg

AGENDA

18:30 Welcome cocktail
19:00 Mots de bienvenue
19:15 10 présentations
20:30 Walking & networking dinner

AVEC LA PARTICIPATION DE

AMUNDI ASSET MANAGEMENT
AXA INVESTMENT MANAGERS
DNCA FINANCE LUXEMBOURG
ETHENA INDEPENDENT INVESTORS
FIDELITY INTERNATIONAL
LA FINANCIÈRE DE L'ÉCHIQUIER
LEGG MASON INVESTMENTS
M&G INVESTMENTS
ODDO BHF ASSET MANAGEMENT
SCHELCHER PRINCE GESTION

GOLD SPONSOR EXCLUSIF



KEYTRADE
BANK LUXEMBOURG

INSCRIPTION
OBLIGATOIRE SUR
PAPERJAM.CLUB

AFRIQUE DE L'OUEST

SUCCÈS DE LA PREMIÈRE MISSION ÉCONOMIQUE EN CÔTE D'IVOIRE ET AU GHANA

La Chambre de Commerce a organisé une mission économique en République de Côte d'Ivoire et en République du Ghana du 30 septembre au 4 octobre 2018. L'objectif était de promouvoir et renforcer les relations économiques et commerciales entre le Luxembourg et ces deux pays. Le programme s'est concentré principalement sur les secteurs des TIC, de l'éco-innovation et des infrastructures. Ces deux pays figurent aujourd'hui parmi les acteurs économiques les plus importants d'Afrique de l'Ouest et détiennent l'une des plus fortes croissances de la région.

Photos : Chambre de Commerce



02.



03.



01.



04.



05.



06.

01. Forum économique à Abidjan en Côte d'Ivoire. Au milieu du premier rang, S.E. Jean-Vincent Zinsou, ambassadeur de Côte d'Ivoire en Belgique, au Luxembourg et auprès de l'Union européenne. À sa gauche, de gauche à droite : Carole Versteeg, directrice de l'Attraction des investissements du CEPICI; Dr Parfait Kouassi, premier vice-président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Ivoire; et Jeannot Erpelding, directeur des Affaires internationales, Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg.

02. Abidjan, capitale économique de la Côte d'Ivoire.

03. Georges Heinen, conseiller de gouvernement première classe au ministère des Finances du Grand-Duché de Luxembourg, lors du séminaire organisé au siège de la Banque africaine de développement. Il représente également la Banque africaine de développement auprès du Grand-Duché.

04. Une délégation luxembourgeoise a été reçue au siège de la Banque africaine de développement. Au premier rang, de gauche à droite : Aïssata Coulibaly, membre du comité de direction de LuxAfrica Investments Association; Catherine Cudré-Mauroux, directrice exécutive en charge du Grand-Duché de Luxembourg, de l'Allemagne, de la Suisse et du Portugal auprès de la Banque africaine de développement; Georges Heinen; Vincent Hieff, conseiller au ministère de l'Économie du Grand-Duché de Luxembourg; Dr Abdu Mukhtar, directeur Développement commercial et industriel, Banque africaine de développement; Josselin Badoc, senior associate chez Clifford Chance Luxembourg; et Elodie Trojanowski, CEO de LuxFactory.

05, 06. Une délégation luxembourgeoise a été accueillie par les autorités du Port autonome d'Abidjan, afin d'y recevoir une présentation des opportunités d'investissement pour les entreprises luxembourgeoises. Au premier rang, de gauche à droite : Jeannot Erpelding; Macky Sangare, directeur du Port autonome d'Abidjan; S.E. Hugues Chantry, ambassadeur de Belgique en Côte d'Ivoire; Georges Heinen; et Thomas Atokre, premier conseiller de l'ambassadeur de Côte d'Ivoire en Belgique, au Luxembourg et auprès de l'Union européenne.



07.



08.



09.



10.

07. Forum économique Ghana-Luxembourg à Accra, la capitale du Ghana: Hon. Ken Ofori-Atta, ministre des Finances ghanéen, s'entretient avec Jeannot Erpelding.

08. Près de 130 entrepreneurs ghanéens et luxembourgeois ont participé au premier Forum économique Ghana-Luxembourg de l'histoire.

09, 10. En marge du Forum économique Ghana-Luxembourg, la Chambre de Commerce du Luxembourg, en collaboration avec son réseau local, a organisé plus de 100 rencontres B2B et business to government pour les entreprises luxembourgeoises participantes.

11. Une réception officielle s'est tenue à la résidence de Dimitri Avraam, consul honoraire de Belgique à Accra. La délégation luxembourgeoise était conviée, ainsi que de nombreux acteurs économiques locaux.

12. Une visite du port de Tema, le plus grand du pays et un important centre logistique d'Afrique de l'Ouest, a permis aux entreprises luxembourgeoises de découvrir les infrastructures du nouveau terminal LNG (liquefied natural gas) et de prendre connaissance des projets d'expansion et des opportunités d'investissement.



11.



12.



02.



03.

ANNIVERSARY

70 YEARS OF INDIA – LUXEMBOURG RELATIONS

2018 marks the 70th anniversary of the establishment of the diplomatic relations between Luxembourg and India. Mrs Gaitri Issar Kumar, ambassador of India to Belgium, Luxembourg and the EU, initiated an event for this particular purpose together with Mr Sudhir Kohli, president of the Indian Business Chamber of Luxembourg (IBCL), celebrating 10 years of existence. For 70 years, both countries have preserved a warm and friendly relationship with a high understanding and appreciation for each other's concerns and interests.

Photos: Pierre Guersing / Chambre de Commerce



01.



04.



05.



06.

01. At the present time, 17 Luxembourg companies are operating in India and some of them attended the ceremony and shared with the audience their successful experience (SES, Paul Wurth, Bosen Energy, Amer-Sil, Rotarex, Ceratizit, Jan De Nul, Husky, Traxys, Luxaviation, CNPV Solar Power, Koch Chemical Technology Group...).

02. Two young girls symbolising the long-standing relationship between India and Luxembourg were thanked for their performance by (from left to right) Sudhir Kohli; Pierre Gramegna, Minister of Finance; H.E. Gaitri Issar Kumar; and Michel Wurth, chairman of the Chamber of Commerce and chairman of the strategic advisory board of the IBCL.

03. In order to strengthen the positive exchanges between India and Luxembourg, the event started with the Indian traditional lighting of an oil lamp called "Diya" whose light represents knowledge.

04. H.E. Gaitri Issar Kumar declared that India is one of the most open countries to foreign investment (e.g.: investment in fintech startups amounted to \$1.5 billion last year).

05. Michel Wurth insisted on the importance of India as a market with huge opportunities. Investments have grown substantially in recent years and Luxembourg is the 15th most important foreign direct investor in India.

06. Pierre Gramegna announced that Luxembourg will be the first non-Asian country to host the annual meeting of the Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB) next year.

It's a new De(a)lano!

New editorial formula. Out now.

Photo → Franklin Delano Roosevelt, taken in 1944 by Leon A. Perskie [edited]



1535°
**JOURNÉE PORTES
 OUVERTES**

Le 30 septembre 2018, le 1535° Creative Hub à Differdange a ouvert ses portes, le temps d'une journée. L'univers des créateurs résidents et de leurs invités a été dévoilé au public, venu en nombre découvrir ou redécouvrir l'entrepreneuriat créatif « made in Luxembourg ».

Photos : Matthieu Freund-Priacel



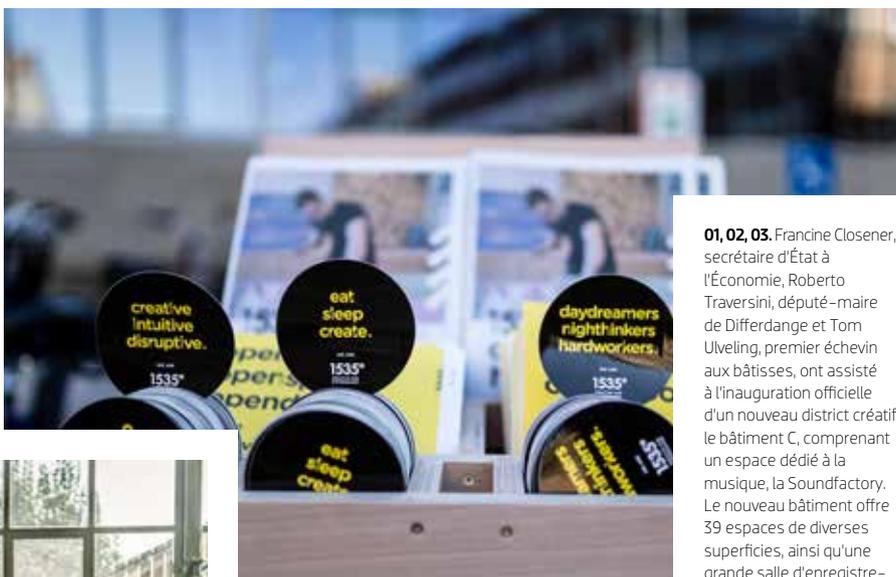
01.



02.



03.



04.



05.



06.

01, 02, 03. Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie, Roberto Traversini, député-maire de Differdange et Tom Ulveling, premier échevin aux bâtisses, ont assisté à l'inauguration officielle d'un nouveau district créatif, le bâtiment C, comprenant un espace dédié à la musique, la Soundfactory. Le nouveau bâtiment offre 39 espaces de diverses superficies, ainsi qu'une grande salle d'enregistrement professionnel et 10 salles de répétition.

04. Le 1535° compte actuellement plus de 400 professionnels exerçant un métier artistique ou créatif. Le hub créatif mise sur la diversité de maturité professionnelle de ses résidents. Ainsi, indépendants et entreprises, jeunes et moins jeunes se côtoient et partagent leurs expériences.

05, 06. Les visiteurs ont pu apprécier la diversité artistique, créative et technologique dans des secteurs très variés (textile, site web, meubles, dessin, bijoux, photographie, etc.).

THU
15
NOV



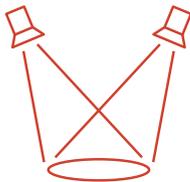
Women in the Luxembourg fund industry

DELANO LIVE

The international community meets for real conversation

→ Members are invited to join the Club and Delano teams and their guests.
Registration required at paperjam.club - Upcoming date: 11 December

INTERVIEWS



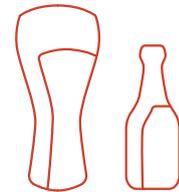
Take the opportunity to see live content.
20 minutes of onstage interviews in English:
Women in the Luxembourg fund industry

NEW EDITION



Discover the new print magazine
a day before its official release

NETWORKING



Enjoy a fun and friendly evening.
Bar service with quality guests.
Be sure not to miss it!

VENUE Knokke Out (2 rue Emile Mousel, L-2165 Luxembourg) / **PARKING** Brasserie - Rives de Clausen

AGENDA 6:30 P.M. Welcome & bar service 7:00 P.M. Delano interviews 7:30 P.M. Bar service & DJ set

ORGANISED BY

DELANO



PAPERJAM CLUB

SPONSORED BY

ING 

PARTNERS

KNOKKE OUT
LUXEMBOURG

YUMM FESTIVAL KIRCHBERG

LA STREET FOOD MISE À L'HONNEUR

La toute première édition du Yumm Festival Kirchberg s'est tenue les 20, 21 et 22 septembre 2018, place de l'Europe au Kirchberg. Initié par le Fonds Kirchberg, ce festival a permis à cinq food trucks issus de toute l'Europe de faire découvrir au grand public leurs spécialités culinaires. Dans une ambiance de fête de quartier conviviale, les visiteurs ont été invités à goûter les plats concoctés et à élire le meilleur d'entre eux en votant sur le lieu de l'événement. Au terme des trois jours de compétition, Nina Nina (Belgique) a finalement remporté le Yumm Festival Kirchberg Public Choice Award.

Photos: Pierre Guersing / Chambre de Commerce



01.



03.



02.



04.



05.



06.

01, 02. L'ouverture officielle du festival a eu lieu en présence de François Bausch, ministre du Développement durable et des Infrastructures, et de Patrick Gillen, président du Fonds Kirchberg. Cinq food trucks, sélectionnés par un jury de professionnels (le chef Thomas Murer, la journaliste France Clarinval et la blogueuse et auteure Anne Faber), ont fait découvrir aux visiteurs leurs univers et spécialités.

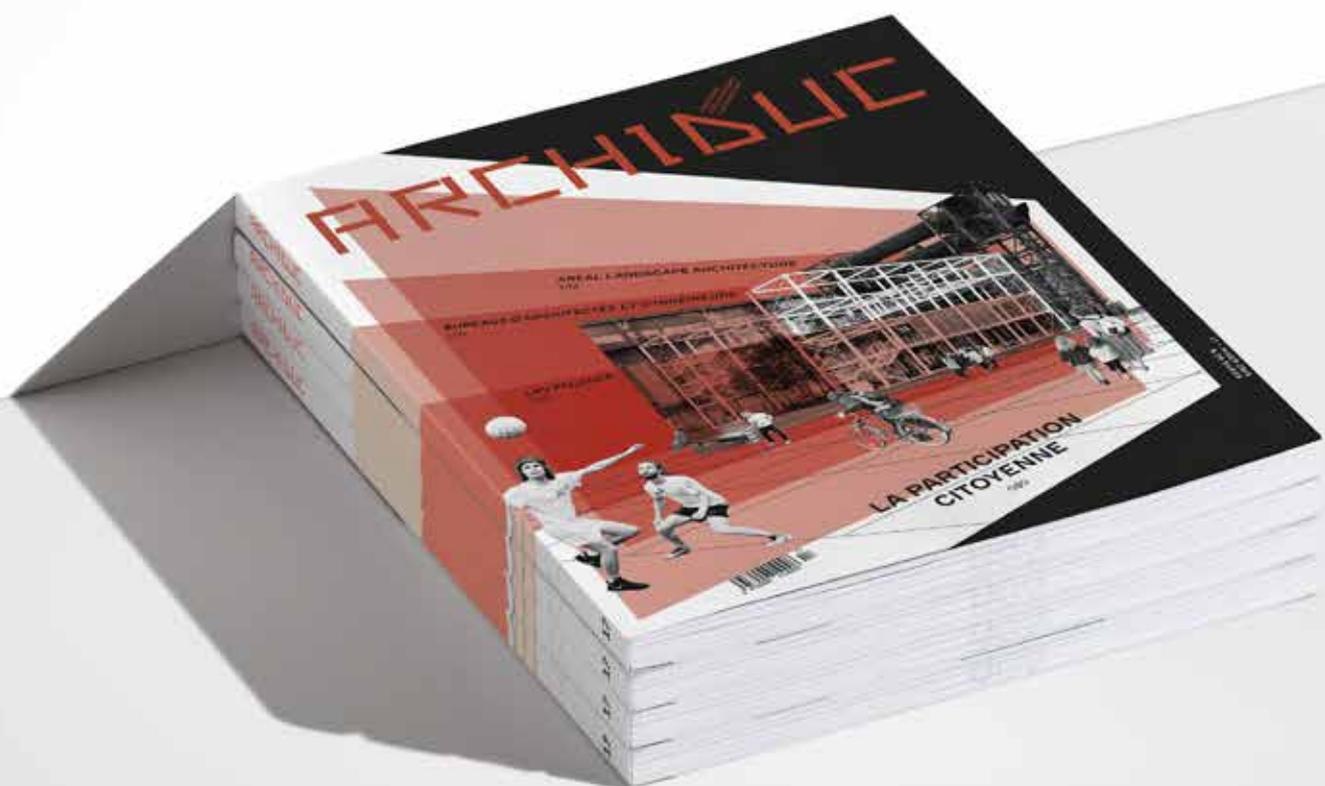
03. Parmi les critères retenus: l'inventivité et la créativité de ces professionnels nomades de la gastronomie, mais également le design de leur camion, ainsi que l'esprit d'équipe et l'amour du show et de la mise en scène.

04. En plus de la présence hors compétition d'un food truck italien (Birrabus) dédié aux bières artisanales, le Yumm Festival Kirchberg a offert un bar à cocktails, en collaboration avec le restaurant Meliá, un bar à gins, avec le restaurant Tempo, et un bar à vins, avec le restaurant La Table du Belvédère.

05, 06. Les cinq food trucks en compétition étaient: Bammm BQ (Allemagne), Nina Nina (Belgique), L'Échappée Belle (France), So Food Unlimited (Luxembourg) et Cravin Cajuns (Pays-Bas).

Archiduc, actuellement en kiosque.

Et sur eshop.maisonmoderne.com



AGENDA

CALENDRIER DES MANIFESTATIONS

**From 5th to 9th
of November 2018**
Hong Kong, Shenzhen,
Shanghai (CN)



Trade mission and accompanied visit to China International Import Expo (CIIE) in Shanghai

During this mission, workshops are organised in Hong Kong and Shanghai. In Shenzhen, a visit of high-tech companies, the seminar "Luxembourg, Innovation Hub of Europe" and B2B matchmakings are organised. The flagship programme is an accompanied visit to the first edition of China International Import Expo (CIIE) in Shanghai. Luxembourg for Tourism also organises promotional workshops in parallel in Hong Kong and Shanghai.

Info: www.cc.lu rubrique Agenda – china@cc.lu – (+352) 42 39 39-364/481/531 – Na Shi / Violaine Mathurin / Déborah Varoqui

Le 7 novembre 2018
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires : France

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux luxembourgeois et belges.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

Le 8 novembre 2018
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 luxembourgeois et belges.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

Le 14 novembre 2018
Luxembourg (L)



Go digital – comment développer son e-shop à l'international

Cette conférence couvre différents secteurs tels que les statistiques sur les principaux marchés, les freins à l'achat à l'étranger versus les freins à la vente à l'étranger, avantages et inconvénients de vendre via une place de marché, et les ressources documentaires. La réglementation sectorielle, la fiscalité, les moyens de paiement et de livraison font également partie des thèmes abordés.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda

Le 15 novembre 2018
Luxembourg (L)



Conférence IGR – initiatives pour la Grande Région : entre visions et reflets, quo vadis Grande Région ?

L'IGR – Institut de la Grande Région et la Chambre de Commerce, en étroite collaboration avec la Fondation IDEA asbl et la SOLEP, invitent à la conférence « Entre visions & reflets, quo vadis Grande Région ? ».

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – igr@cc.lu – (+352) 42 39 39-360 – Sabrina Sagromola / Annelore Domingos

Du 18 au 21 novembre 2018
Gênes, Turin (I)



Mission économique à Gênes et Turin (Italie)

La Chambre de Commerce du Luxembourg et son Enterprise Europe Network–Luxembourg, en collaboration avec l'Ambassade du Grand-Duché de Luxembourg en Italie et la Camera di Commercio Italo-Lussemburghese, organisent, dans les régions de la Ligurie et du Piémont en Italie, une mission économique axée sur les secteurs des TIC, de l'éco-innovation, de l'automobile, de l'aéronautique, de la logistique et des industries créatives.

Infos et inscription: www.cc.lu rubrique Agenda – Italia@cc.lu – (+352) 42 39 39-378/482 – Annelore Domingos / Edith Stein

Le 22 novembre 2018
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires : Koweït

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux luxembourgeois et belges.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

Le 22 novembre 2018
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires : Liban

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux luxembourgeois et belges.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

Le 22 novembre 2018
Luxembourg (L)



Fit4Finance : panorama des mécanismes de financements communautaires

L'Enterprise Europe Network–Luxembourg de la Chambre de Commerce vous invite à assister au lancement du nouveau cycle de conférences Fit4Finance qui aborde notamment les mécanismes de financements communautaires pour les PME. La Semaine européenne des PME au Luxembourg sera lancée par cette première conférence.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – een@cc.lu – (+352) 42 39 39-333 – Anne-Catherine Fohl / Annelore Domingos

Du 26 au 28 novembre 2018
Luxembourg (L)



Rencontres d'affaires b2fair à l'Expogast 2018

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, dans le cadre de ses activités EEN, organise pour la première fois un événement b2fair lors du salon de la gastronomie et de l'art culinaire Expogast. Les rendez-vous d'affaires b2fair offriront aux entreprises luxembourgeoises et étrangères deux journées de rencontres professionnelles dans les secteurs gastronomique et culinaire.
Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – b2fair@cc.lu – (+352) 42 39 39-333 – Amrita Singh / Niels Dickens

Du 27 au 30 novembre 2018
Lyon (F)



Stand collectif et visite accompagnée au salon Pollutec Lyon 2018

Dans le cadre du salon international Pollutec, un des salons internationaux leaders en matière d'équipements, de technologies et de services environnementaux, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg met en place un pavillon national afin de permettre aux participants d'exposer leurs idées innovatrices et d'encourager les échanges dans un contexte international.
Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – pollutec-lyon@cc.lu – (+352) 42 39 39-360/378/377/360 – Annelore Domingos / Amrita Singh / Cindy Correia

Les 27 et 28 novembre 2018
Skhirat (MA)



Med-IT One-to-One

La Chambre de Commerce vous invite à participer en tant qu'exposant au Med-IT One-to-One, salon des technologies de l'information, dont l'objectif principal est de faciliter la venue de nouveaux acteurs internationaux sur le marché marocain dans des domaines tels que les télécoms, la cybersécurité ou encore l'intelligence artificielle. Cette année, le Grand-Duché de Luxembourg est « invité d'honneur ».
Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – maghreb@cc.lu – (+352) 42 39 39-374/531 – Sabrina Aksil / Déborah Varoqui

From 2nd to 8th of December 2018
Chile, Uruguay, Argentina



Economic mission to Chile, Uruguay, Argentina

The Chamber of Commerce of the Grand Duchy of Luxembourg organises an economic mission to Chile, Uruguay and Argentina in order to tighten the bilateral relations between our countries. This multisectorial mission focuses on the financial and audiovisual sectors and also on the startup ecosystem.
Info: www.cc.lu rubrique Agenda – latinamerica@cc.lu – (+352) 42 39 39-481/531 – Violaine Mathurin / Déborah Varoqui

Le 5 décembre 2018
Luxembourg (L)



Fit4Tenders

L'Entreprise Europe Network-Luxembourg de la Chambre de Commerce organise la cinquième conférence Fit4Tenders, qui présentera, entre autres, la nouvelle loi concernant les marchés publics.
Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – een@cc.lu – (+352) 42 39 39-360 – Niels Dickens / Cindy Correia

Le 6 décembre 2018
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires : Canada (Vancouver)

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux luxembourgeois et belges.
Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

Le 7 décembre 2018
Luxembourg (L)



Entrepreneurs, parlons d'Europe! (troisième session)

Court et concis, le nouveau format de ces rencontres permet de réunir les entreprises sous forme de petits-déjeuners ou brunchs de travail afin d'avoir des échanges sur des dossiers européens faisant l'actualité du moment. Organisées en étroite collaboration avec la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg, ces nouvelles rencontres européennes se veulent interactives et pragmatiques.
Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – een@cc.lu – (+352) 42 39 39-333 – Annelore Domingos

Les 11 et 12 décembre 2018
Luxembourg (L)



LëtZBiz International : les journées du commerce international

La Chambre de Commerce et son Enterprise Europe Network-Luxembourg invitent à l'événement « LëtZBiz International » : un forum international avec tables rondes, workshops thématiques, mini-exposition, pitches et rencontres d'affaires b2fair réalisé en collaboration avec les chambres bilatérales et les business clubs au Luxembourg.
Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – een@cc.lu – (+352) 42 39 39-360 – Niels Dickens / Annelore Domingos

Le 13 décembre 2018
Luxembourg (L)



Journée d'opportunités d'affaires : Algérie (Alger)

La Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à promouvoir leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux luxembourgeois et belges.
Infos : www.cc.lu rubrique Agenda – joa@cc.lu – (+352) 42 39 39-316/531 – Sarah Nilles / Déborah Varoqui

AGENDA

CALENDRIER DES FORMATIONS

Entrepreneuriat & Gestion d'entreprise				
Propriété intellectuelle	Faire usage de ses droits d'auteur et droits voisins	06.11.2018 Cours du soir	4 h	
Innovation et créativité	Comment avoir plus d'idées et les concrétiser (creative problem solving – co-création)	08.11.2018 Cours du jour	14 h	
Accès à la profession	Accès aux professions du commerce non autrement réglementées – Initiation à la gestion d'entreprise	10.11.2018 Cours du jour	46 h	
Création et gestion d'entreprise	Analyser son marché : cibler, segmenter, positionner	22.11.2018 Cours du jour	12 h	
	Rédiger un business plan solide et convaincant	11.12.2018 Cours du jour	8 h	
Ressources humaines				
Gestion des rémunérations	Gestion et calcul des rémunérations – Perfectionnement	06.11.2018 Cours du soir	20 h	
Ressources humaines	Médiation & RH – Formation accélérée – Les outils de la médiation au service des ressources humaines	29.11.2018 cours du jour	8 h	
Comptabilité				
Comptabilité informatisée	Sage BOB 50 – Introduction course	06.11.2018 Cours du soir	22 h	
	Exercices pratiques sous Excel pour comptables et financiers	06.12.2018 Cours du jour	14 h	
Contrôle de gestion	Gestion de trésorerie et financement d'entreprise – Initiation	14.11.2018 Cours du jour	14 h	
	Contrôle de gestion – performance et maîtrise des coûts	19.11.2018 Cours du jour	7 h	
Droit				
Droit des sociétés	Droit des sociétés : Fondamentaux	06.11.2018 Cours du soir	27 h	
	Fin du contrat de travail	13.11.2018 Cours du jour	7 h	
Droit du travail	Droit luxembourgeois de la sécurité sociale	14.11.2018 Cours du jour	14 h	
Droit des affaires	Commodo-incommodo et droit de l'environnement : législation, procédures et obligations	23.11.2018 Cours du jour	4 h	
Fiscalité				
Fiscalité indirecte	Initiation aux mécanismes de la TVA	13.11.2018 Cours du jour	7 h	
Fiscalité des entreprises	Introduction aux règles de « Prix de Transfert »	13.11.2018 Cours du jour	8 h	
Fiscalité indirecte	Application de la TVA : les 5 questions à se poser	14.11.2018 Cours du jour	14 h	
	VAT News 2018-2019	30.11.2018 Cours du jour	3 h	
Informatique				
Développement web	Construire un site WordPress performant pour votre entreprise	14.11.2018 Cours du jour	21 h	
Exploitation et gestion de données	Data Mining appliqué : donner de la valeur aux données et construire des aides à la décision	06.12.2018 Cours du jour	14 h	
Transformation digitale	Certification FedISA à la gestion de projet de dématérialisation et d'archivage électronique	11.12.2018 Cours du jour	40 h	
Marketing & Ventes				
Marketing digital	Mailchimp : utilisation de l'outil de création et d'envoi d'e-mailing	08.11.2018 Cours du jour	14 h	
	Webmarketing – Expert	13.11.2018 Cours du jour	14 h	
Techniques de vente	Initiation à la vente pour non-vendeurs	04.12.2018 Cours du jour	7 h	

Sécurité & Santé au travail				
Travailleur désigné en matière de sécurité et de santé au travail	Assurer la responsabilité du chargé d'évacuation	07.11.2018 Cours du jour	4h	
	Formation en matière de sécurité pour le personnel des crèches et / ou foyers de jour : Prévention de panique en cas d'alarme	28.11.2018 Cours du jour	3h	
	Législation relative aux établissements classés et sécurité incendie dans les bâtiments	05.12.2018 Cours du jour	12h	
Banques				
Introduction à la place financière, aspects réglementaires et déontologie	Introduction à la place financière, aspects réglementaires et déontologie	12.11.2018 Cours du jour	16h	
Comptabilité bancaire	Comptabilité produits dérivés – Application pratique	19.11.2018 Cours du jour	8h	
Produits et services bancaires	Crédits aux particuliers – Fondamentaux	22.11.2018 Cours du jour	8h	
Retail Banking, Corporate Banking and Wealth Management	Successions au Luxembourg – La liquidation en pratique	07.12.2018 Cours du jour	8h	
Commerce				
E-commerce et vente sur site	E-commerce : Lancer son projet de vente en ligne	12.11.2018 Cours du jour	43h	
Construction, Ingénierie & Architecture				
Architecture et ingénierie-conseil	Glas: Statik und Baurecht – Richtlinien und Normen	22.11.2018 Cours du jour	7h	
	Étanchéité à l'eau	29.11.2018 Cours du jour	4h	
	Les matériaux isolants biosourcés dans la construction	30.11.2018 Cours du jour	4h	
	Le bois dans la construction : conception, aspects techniques, acoustiques, surélévation en bois	07.12.2018 Cours du jour	7h	
Horeca				
Hygiène dans le secteur horeca	Hygiène alimentaire pour le personnel des crèches ou foyers de jour	12.11.2018 Cours du jour	3h	
Immobilier				
Immobilier	Compromis de vente : obligations, clauses et résiliation	12.11.2018 Cours du jour	6h	
	Professions de l'immobilier – Syndic de copropriété	21.11.2018 Cours du jour	18h	
Développement personnel				
Leadership & Management	Leadership et management stratégique	08.11.2018 Cours du jour	129h	
	Vom Mitarbeiter zur Führungskraft: die erfolgreichsten Basics des Führens	15.11.2018 Cours du jour	14h	
Améliorer sa communication de proximité	Business English: Participating effectively in meetings	30.11.2018 Cours du jour	4h	
Améliorer l'efficacité de ses démarches commerciales	Négociation difficile, utilisation des techniques dialectiques	12.11.2018 Cours du jour	16h	



INDEX

1, 2, 3

6zero1 **26**

A, B, C

ABN AMRO **18**
ACA **38**
Acurio Gastón **6**
ADA **12**
Adapti **16**
ADEM **30, 38, 60, 66**
ADIE **12**
Airbnb **47**
ALD Automotive **16**
almina.lu **94**
Amélys **96**
An Demessen **42**
Andrich-Duval Sylvie **36**
Anleg **7**
Annen **28**
Apple **70**
Aral **7**
Arendt **36**
Art.Design.Painting **12**
Ashurst **7**
ASIC **27**
Asport **18**
Association des cercles d'étudiants luxembourgeois (ACEL) **34**
atHomeGroup **22**
Atis Network **12**
Auchan Retail **7, 8**
Avery Dennison **28**
B Medical Systems **16**
Baillie Sasha **27**
Baltes **92**
Banque centrale européenne **36, 100**
Bartolozzi Fabiana **92**
Basel Action Network **70**
Baukobox **28**
Baum Gilles **36**
Baumert Tom **32**
Bazar **30**
Bazin Geoffroy **18**
BCEE **92**
Becker Daniel **34**
Becker's **88**
Ballmann Alexa **26**
Belmond Le Manoir aux Quat'Saisons **80**
Benetton **18**
Berg Patrick **24**
Bettel Xavier **38**
BGL BNP Paribas **12, 18, 36**
Bim-Y **12**
bin Mohammed Al Maktoum **72**
Blanc Raymond **80**
BMW **14**
Booking.com **47**
Bowyer Andy **24**
Brasserie de Luxembourg **22**
Brasserie la Gaichel **20**

BSI Cleaning **28**
Business Club France-Luxembourg **28**
Business Club Luxembourg **36**
Canseco Valentina **6**
CarVroom **12**
Casa Fabiana **92**
Casino Luxembourg – Forum d'art contemporain **20**
Cedel **100**
Ceratizit **24**
CGI **14**
Chalet de la Kreuzerbuch **20**
Chambre de Commerce **12, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 36, 54, 60, 66, 68, 72, 84, 90, 92, 102**
Chambre de Commerce luso-belgo-luxembourgeoise **27**
Chambre des Métiers **30**
Chambre des Salariés **36, 60**
City Concorde **18**
CK fitness **18**
ClearImage **12**
Clearstream **100**
Closener Francine **38, 49, 53**
Club des ambassadeurs Just Arrived (IAA Club) **36**
Cluster Mice **38**
Cocottes **18, 22**
CoinPlus **12**
Commission européenne **68**
Comparetto Mario **88**
Compello **26**
Confédération luxembourgeoise du commerce **28**
Conostix SA **38**
Conseil de la concurrence **68**
Conseil économique et social (CES) **34**
Crean Gabriel **28**
Crowdaa **12**
CSSF **27, 40, 84, 100**
CTIE **28**
CubeRover **34**
Cubilis **48**

D, E, F, G

Dalby Royce **34**
Dasnoy Fabienne **36**
De Bio-Bäcker **92**
De Jager Tanja **88**
Delcourt Simone **40**
Dell **70**
Deltenre Stéphanie **16**
Deutsche Börse Clearing **100**
Deutsche Börse Group **100**
Domaine de la Gaichel **20**
Domaines Vinsmoselle **24**
Dunn Jason **34**
DZ Bank **36**
EBRC **28**
Economist Club **40**
EHTL **51, 74, 130**
EL'LE – Élodie Lenoir **22**
Electris **16**
Ellevest **84**
Emirates Airline **72**
Erpelding Jeannot **36**

ESA **40**
ETIKA **92**
Euroclear **100**
Ezee **7**
Fashion Club **18**
Fast Track Diagnostics **28**
FEDIL **18**
Feknous Kahina **102**
Filmland **18**
Fisch Maryse **36**
Flen Health **28**
FMI **100**
Fondation IDEA **34**
Fondation Restena **38**
Forbidden City **14**
Forethix **16**
Foyer **12**
Fries Nicolas **32**
(f)Utile **18**
Futurestep **102**
Galerie Moderne **26**
Galeries Lafayette **6**
Garou **6**
Ghostbuster **28**
Giannandrea Dave **44**
GLAE **66**
Gloden Michel **53**
Gonzalez Laura **6**
Gramegna Pierre **40**
Granjon Antoine **16**
Gregory Tugendhat **52**
Grosbusch **28**
Guerin Martin **32**
Guillou-Gaul Céline **20**
Guillou-Gaul Erwan **20**
Gurría Angel **62**

H, I, J

Haag Gaëlle **84**
Hansen Marc **34**
Hardt Mickey **88**
Haut Comité pour le soutien des PME **54**
Hay Group **102**
Heimric **28**
Henin Justine **14**
Henrioux Gaëtan **6**
HfM **16**
Hitec **40**
Hoffmann frères **16**
Hoffmann Pete **16**
Horesca **44, 74, 92**
Hôtel de Crillon **96**
Hôtel de la Gaichel **20**
Hôtel du Louvre **96**
Hôtel Le Royal **96**
Hotrec **50, 98**
House of Entrepreneurship **30, 32, 84, 90**
Hydrosat **34**
IKO **12**
ILNAS **40**
IMS Luxembourg **28, 32**

Dans cet index sont reprises les entreprises et les **personnalités** citées dans ce magazine.

INDR **36**
 INFPC **40**
 IPIL **66**
 ispace **66**
 Jakobsen Bastian **16**
 Jan De Nul Group **7**
 Jardin de la Gaichel **20**
 Jenkins Paul **7**
 JLL **22**
 JPMorgan **100**
 Jumeirah Hotels & Resorts **72**
 Justine for Kids **14**

K, L, M, N

Katchi The Beef Club **88**
 KLens **28**
 KBL **84**
 Kerschenmeyer Martine **102**
 Khetriwal Deepali Sinha **70**
 KIANA Systems **7**
 Kiowatt **28**
 Kleos Space **24, 66**
 Klin.lu **28**
 Kneip **14**
 Koepp François **46**
 Kögel Armin **36**
 Koosmik **12**
 Korn Ferry **102**
 KPMG **7**
 Kulundzic Kostja **6**
 La Pomme Cannelle **96**
 Laboratoires Ketterhill **22**
 Lanners Jacques **24**
 Lanners Michel **51, 130**
 Leadersource **102**
 Lebbe Isabelle **36**
 Leko **28**
 Lepawski Josh **70**
 Leyen Marguerite **42**
 Linklaters **8**
 LIST **28, 32**
 LLuCS **28**
 Lominger **102**
 LU-CIX **38**
 LUNOG **38**
 Lutgen Pol **34**
 LuxAI **12**
 Luxaviation Group **14**
 Luxconsult **8**
 Luxembourg Association of Risk Management **40**
 Luxembourg for Tourism **28, 30, 32, 38**
 Luxembourg National Research Fund (FNR) **32, 66**
 Luxembourg Science Center **66**
 Luxembourg Space Agency **34, 40, 66**
 Luxembourg Space Tech Angels **66**
 Luxembourg Trade and Investment Office **32**
 Luxembourg-City Incubator **27, 32**
 Luxexpo The Box **38**
 Luxfactory **12**
 Luxinnovation **26, 27, 30, 66, 84**
 LuxNetwork **38**
 Lycée des arts et métiers **27**

Lycée technique de Bonnevoie **36, 74**
 Made In Space **34**
 Manko Paris **6**
 Marx Thierry **53**
 Maus Kaffi **18**
 McKinsey **84**
 Mersch Yves **36**
 MESIS **26**
 Met-lux **32**
 Microlux **12**
 Ministère de l'Agriculture **94**
 Ministère de l'Économie **26, 27, 28, 30, 32, 38, 40, 45, 66**
 Ministère du Développement durable et des Infrastructures **27**
 Ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire **38**
 Modulo **28**
 Moma Group **6**
 Moovee **16**
 Motion-S **12**
 Move2 Group **7**
 MuDesign **12**
 Muzzolini Bernard **14**
 MySardines **12**
 Nashi Kais **18**
 Nguyen-Groza Gabriela **102**
 Nobelux **84**
 nsi **28**
 nyuko **28, 32**

O, P, Q, R

O'bag **18**
 Observatoire de la formation **30**
 OCDE **62**
 Organisation mondiale de la santé (OMS) **24**
 Paris **8, 18**
 Paris&Co **32**
 Paul Wurth Incub **18**
 Pellin Jean-Claude **45**
 Peter & Clark **14**
 Pictet asset management **24**
 PROgroup **28**
 Provenzano Mike **34**
 Prüfverein Verarbeitung ökologische **92**
 Puckett Jim **70**
 Ramborn **28, 30**
 Recker Dorothee Louise **6**
 Reddeker Sebastian **28**
 Reding Yves **28**
 RegiÔtels **52**
 Reporter **44**
 Ries Claude **45**
 Rix Alain **74**
 RTL **30, 88**

S, T, U

Sales-Lentz **28**
 Samsa Film **18**
 Sanson Axel **6**

Scheffer Philippe **50, 96**
 Schmit Nicolas **36, 50**
 Schneider Étienne **34**
 Scrybto **12**
 Secrétariat général Benelux **68**
 Security Made in Lëtzebuerg GIE **38**
 SEEDR **24**
 Seil John **26**
 Serres Marc **40, 66**
 SES **66**
 Seyll Philippe **100**
 Sheffield Business School (Hallam University) **40**
 Simon Pils **92**
 Skeeled **12**
 Smets Thierry **84**
 SNCI **66**
 SnT **8**
 Société Générale **16**
 Soler - Wandpark Housen-Pëtschent **88**
 South Bend **88**
 Spire Global **66**
 Spoticlé **30**
 StarTalers **84**
 State Street Bank Luxembourg **84**
 STATEC **36**
 Steffen **18**
 Stoufflet Lise **6**
 SuperDrecksKescht **94**
 Swebelux **84**
 SYD **12**
 Sysley **18**
 Tagua **18**
 Technoport **24, 27, 38, 66, 84**
 Tétris Design & Build **22**
 The Leading Hotels of the World **98**
 Thelen Carlo **3, 102**
 Tonnar Serge **43**
 Touchpoint **26**
 Traxel Natalia **82**
 ULESS **26**
 United Nations University **70**
 Université du Luxembourg **8, 40, 66**
 Up & Down **45**

V, W, X, Y, Z

Verkéiersverbond **30**
 VibrationMaster **28**
 Wagener Marc **34, 58**
 Whitehead Mann **102**
 Wolter Thierry **24**
 Wöhrle Harald **88**
 Yatta **12**
 Your LaB Luxembourg **14**
 Zoenen Lynn **66**
 Zwick Marco **40**

MERKUR

Novembre | Décembre 2018

IMPRESSUM

ÉDITÉ PAR LA CHAMBRE DE COMMERCE EN COLLABORATION AVEC MAISON MODERNE



CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

ÉDITEUR

CHAMBRE DE COMMERCE
DU GRAND-DUCHÉ
DE LUXEMBOURG

7, rue Alcide de Gasperi

L-2981 Luxembourg

E-mail: chamcom@cc.lu

Internet: www.merkur.lu

ISSN: 2418-4136

RÉDACTION

Téléphone: (+352) 42 39 39 380

Fax: (+352) 43 83 26

E-mail: merkur@cc.lu

Homepage: www.merkur.lu

CHAMBRE DE COMMERCE
DU GRAND-DUCHÉ
DE LUXEMBOURG

7, rue Alcide de Gasperi

L-2981 Luxembourg

ABONNEMENTS

Pour tout abonnement, merci

de vous rendre sur le site:

<http://www.cc.lu/merkur/abonnement>

FORMULE STANDARD

6 numéros / an

Membres de la Chambre

de Commerce: gratuit

Non-membres: 15 euros / an

RÉDACTEUR EN CHEF

Patrick Ernzer - patrick.ernzer@cc.lu

RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE

Corinne Briault - corinne.briault@cc.lu

RÉDACTION

Catherine Moisy - catherine.moisy@cc.lu

Marie-Hélène Trouilleux -

marie-helene.trouilleux@cc.lu

Edouard Lehr - edouard.lehr@cc.lu

Sonia Jourdan - sonia.jourdan@cc.lu

ILLUSTRATION

DE LA COUVERTURE

Brian Miller

COLLABORATIONS

Fondation IDEA

Affaires économiques, Chambre de Commerce

Affaires internationales, Chambre de Commerce

PHOTOGRAPHES

Laurent Antonelli, Michel Zavagno,

Emmanuel Claude, Pierre Guersing,

Marc Wilwert / Photothèque de la Ville

de Luxembourg, Matthieu Freund - Priacel

CONCEPTION GRAPHIQUE

DU POSTER

Plan K / 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)

DIRECTEUR MARKETING

Jérôme Geneste (-307)

SALES MANAGER

MAGAZINES ET GUIDES

Olivier Schweizer (-324)

ASSISTANTE COMMERCIALE

Céline Bayle (-303)

ADMINISTRATION

Isabelle Ney (-014)

DIRECTION ARTISTIQUE

ET MISE EN PAGE

Maison Moderne

TIRAGE

35.000 exemplaires



Please Recycle

Finished reading this publication?
Archive it, pass it on or recycle it.

COMMUNIQUÉS DE PRESSE

merkur@cc.lu

PROCHAINE ÉDITION

12 décembre 2018

DATE LIMITE D'ENVOI DE MATÉRIEL POUR LA PROCHAINE ÉDITION

26 novembre 2018

Les articles publiés et signés n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs et ne reflètent pas forcément l'opinion de la Chambre de Commerce, qui ne peut donner aucune garantie expresse ou implicite sur l'exactitude, l'exhaustivité, la véracité, l'actualité, la pertinence ou la fiabilité des informations figurant dans le Merkur.

© Copyright 2018 - 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



Le magazine des industries créatives, actuellement en kiosque.

Et sur eshop.maisonmoderne.com



UN MEILLEUR AVENIR POUR L'HÔTELLERIE ET LA GASTRONOMIE AU LUXEMBOURG

Le secteur de l'hôtellerie et de la gastronomie est sous pression. Les enjeux et défis sont d'origines multiples.

Le premier défi est lié à l'environnement du secteur de l'hôtellerie et de la restauration. Trois considérations s'imposent ici.

L'évolution technologique et le rôle dominant des plates-formes de réservation ont profondément bouleversé le secteur. À maints égards se posent des problèmes d'adaptation. L'acquisition des compétences digitales passe d'abord par une prise de conscience de leur importance. Ensuite se pose la question de la formation. La dépendance des entreprises à l'égard des plates-formes de réservation et de notation est grande, et rares sont celles qui peuvent se permettre de faire l'impasse sous peine de perte de visibilité.

Une autre considération concerne la concurrence nouvelle des particuliers qui bouscule la donne en introduisant une nouvelle forme d'acteurs économiques sur le marché luxembourgeois. Ceux-ci n'ont pas les mêmes contraintes réglementaires et fiscales. La politique doit pouvoir répondre à la question de la régulation de ces nouveaux acteurs en évitant toute situation de concurrence déloyale.

Le dernier constat vise le poids supplémentaire des nouvelles normes et réglementations. Celles-ci influencent les entreprises dans leur développement.

Le deuxième défi est lié à l'évolution des exigences des clients. Il touche l'ensemble des catégories d'établissements. Les consommateurs posent fréquemment des questions sur l'origine, la qualité ou encore l'écologie des produits et n'hésitent pas à faire des commentaires positifs ou négatifs, visibles par tout un chacun sur Internet.



Le troisième défi concerne l'image du secteur de l'hôtellerie et de la restauration, puisqu'il est souvent considéré, à tort, comme manquant de modernité et, partant, d'attractivité pour les jeunes à la recherche d'un emploi. Ce défi est le plus important et le plus difficile à relever puisqu'il implique une réaction au niveau des représentations sociales, c'est-à-dire l'ensemble des valeurs, des normes sociales et des modèles culturels tels qu'ils sont pensés et vécus par la société.

Dans un monde qui évolue rapidement, les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration ont parfois le sentiment que leurs métiers ne sont plus perçus comme attractifs. Cette absence d'attractivité relativise l'argument que « dans le secteur horeca, il n'y a pas de chômage ». Même si les émissions télévisées ont contribué à donner une bonne image des chefs, certains métiers souffrent d'une mauvaise réputation qu'il importe de revaloriser afin de donner envie aux jeunes de s'orienter vers ces professions. Mais attention, il ne faut pas oublier le changement du rapport au travail qui caractérise

la génération d'aujourd'hui. Celle-ci aborde l'entrée sur le marché du travail avec un esprit différent de celui des générations précédentes. De nos jours, un jeune ambitionne d'abord de « se réaliser personnellement ». Il privilégie d'autres priorités comme, par exemple, l'autonomie de fonctionnement, la flexibilité des horaires et des congés, ou encore la mobilité professionnelle. L'employeur, en revanche, s'attend à une grande disponibilité et une fidélité sur de longues périodes envers son entreprise.

Or, pour faire rêver un jeune, il faut lui donner l'envie de s'investir. C'est ici que l'employeur et l'État ont une part de responsabilité, et une revalorisation du statut des qualifications professionnelles pourrait contribuer à améliorer l'attractivité des métiers dans l'hôtellerie et la gastronomie au Luxembourg. D'ailleurs, le secteur du tourisme y serait gagnant aussi. ●

Michel Lanners

Directeur de l'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg (EHTL)

INFORMATIONS

ACCOMPAGNEMENT

COACHING

FORMATIONS

IDEA®
BOOST IP
® CREATION
TRADEMARKS

INTELLECTUAL
PROPERTY
LICENSING
COPYRIGHT
AFTERWORKS

INVENTION
PROTECTION
TM

PATENT
BRANDS
AUTHORSHIP
IP-DAY
NOVELTY
©

INFO@IPIL.LU

WWW.IPIL.LU



INSTITUT
DE LA PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE
LUXEMBOURG



steffen
traiteur

LE GOÛT DU BONHEUR