

MERKUR

Published by Luxembourg
Chamber of Commerce
www.cc.lu

MAI • JUIN 2021

Cover Story: Corporate Social Responsibility
Taking responsibility for tomorrow

Legal Insight: Vers un droit à la déconnexion?
Startup: Leko Labs



39 4 €
9 770241 841366

CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG



THE 3

TOURING PLUG-IN HYBRID.



UNE PRIME GOUVERNEMENTALE DE 1.500 €. ÉGALEMENT DISPONIBLE EN VERSION 320e.

 DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

Informations environnementales : bmw.lu

1,4-1,9 L/100 KM • 31-44 G/KM CO₂ (WLTP)

BMW Belgium Luxembourg SA • Ladderstraat 16, 2880 Bornem • contact.lu@bmw.lu • www.bmw.lu

#joyelectrified by 

MERKUR

— Pour cette édition du magazine Merkur, notre équipe éditoriale s'est penchée sur une thématique dont l'importance augmente rapidement, dans le sillage des plans de relance et des impulsions européennes pour une croissance plus verte et plus vertueuse : la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE).

Dans notre dossier du mois, qui vous est proposé cette fois-ci en langue anglaise et en traduction française sur notre site Internet cc.lu, on apprend que la notion de responsabilité sociale était déjà utilisée au début des années '50 aux Etats-Unis. Depuis, elle a beaucoup évolué pour englober aujourd'hui une multitude de champs d'action tendant tous au même objectif, à savoir la mise en pratique du développement durable par les entreprises. En adoptant une démarche RSE, une entreprise choisit donc de se montrer responsable pour l'avenir, s'engage à avoir un impact positif sur la société et à respecter l'environnement tout en étant économiquement viable. Cet équilibre qu'elle va chercher à construire avec l'aide de ses actionnaires, ses collaborateurs, ses clients et ses fournisseurs, n'est pas toujours facile à trouver.

Une démarche RSE peut varier profondément en fonction du secteur d'activité dans lequel opère une entreprise. Aussi, il nous a semblé intéressant de passer en revue les initiatives récentes en matière de RSE, au Luxembourg ou ailleurs et dans différents secteurs, y compris la place financière qui a un rôle important à jouer. De nombreux exemples concrets puisés auprès des entreprises, complètent le dossier et sont à retrouver dans d'autres rubriques de ce numéro. Ainsi, Koosmik, Fintech qui propose des solutions de paiement aux populations sous-bancarisées d'Afrique de l'Ouest et Leko Labs, Startup du secteur de la construction qui a fait breveter une

RSE: Responsabilité pour demain

Patrick Ernzer

Directeur communication et marketing

technologie permettant de bâtir des logements «zéro carbone» à prix abordable, sont à découvrir dans la rubrique *Startup*. Les démarches RSE de l'enseigne Cactus, acteur incontournable de l'économie luxembourgeoise et acteur engagé de la vie sociale, notamment avec sa nouvelle initiative Cactus Charity et celles d'Ebos, centre d'appel poursuivant trois objectifs de RSE (social, éthique, citoyen) et labellisé par l'INDR, sont nos deux *Success stories* de cette édition.

L'INDR, l'Institut National pour le Développement durable et la RSE, fondé en 2007 par les membres de l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) - parmi lesquels la Chambre de Commerce - pour promouvoir la RSE auprès des entreprises est au centre de l'interview accordée ce mois-ci à son président, Marc Lauer. Celui-ci souligne notamment la belle progression des entreprises luxembourgeoises en matière de RSE, au cours de ces dernières années.

A travers sa démarche «Go CSR», la Chambre de Commerce met justement la RSE au cœur du dialogue avec ses entreprises membres, afin d'identifier de nouvelles opportunités, d'encourager un partage d'expériences et de bonnes pratiques entre les entreprises avancées et plus novices sur ce terrain et de faciliter la mise en œuvre d'une démarche RSE au sein des entreprises. La Chambre de Commerce est également lieu d'échange et de réflexion entre les

dirigeants d'entreprises et se réjouit de l'engagement d'une vingtaine de CEO issus de secteurs variés qui s'investissent à ses côtés pour repenser l'entreprise de demain et faire avancer le Luxembourg sur le chemin du développement durable. A l'heure où paraît cette édition du Merkur, la Chambre de Commerce publiera un «Manifeste du Développement Durable» fixant 10 engagements vis-à-vis de la communauté économique et émanant des entreprises luxembourgeoises, pour faire évoluer leur modèle d'affaires en intégrant les enjeux du développement durable. Ce manifeste servira de boussole et fixera un cap pour chaque entreprise qui s'engage dans cette transformation nécessaire pour contribuer positivement à la prospérité socio-économique du pays et apporter ainsi sa pierre à l'édifice du PNDD (Plan national pour un développement durable). Ce manifeste sera soutenu par un plan d'actions opérationnel décliné par secteur, en partenariat avec les grands acteurs de la place luxembourgeoise.

Du côté de la rubrique juridique *Legal Insight*, nous nous intéressons à un aspect particulier de la RSE, avec un sujet devenu très tendance : le droit à la déconnexion. La rubrique fait également le point sur le RGPD, matière qui connaît quelques évolutions. RSE toujours, dans la rubrique *Business Voices*, qui vous propose de partir à la rencontre de deux étudiants en économie, auteur d'un petit livre sur le changement climatique (*Small gases, big effect*) devenu à leur grande surprise, mais aussi pour leur plus grande fierté, un best-seller, tant il explique en termes simples les mécanismes à l'œuvre et comment les enrayer. Un beau poster aux couleurs toniques, réalisé par l'agence George(s), complète la thématique de la RSE et peut servir d'aide-mémoire, s'il est placé bien en vue dans votre bureau.

«A travers sa démarche 'Go CSR', la Chambre de Commerce place la RSE au cœur du dialogue avec les entreprises.»

Bonne découverte et bonne lecture !

44

Cover Story: CSR

Responsibility for tomorrow 44 — 57

As the world sees both increasing numbers of environmental catastrophes and is reduced to a global village due to the accessibility of information via ever expanding online news outlets, companies must be ever more aware of the far-reaching impact of any and every decision they make, not only for their business but society as a whole. In this scenario, sustainable development and the role of Corporate Social Responsibility (CSR) are also gaining importance.



Poster: La responsabilité sociale en entreprise c'est...

06

CORPORATE NEWS

06 — 27

Plus de 90.000 entreprises créent, innovent, produisent, embauchent, exportent, remportent des contrats, lancent de nouveaux projets...Rendez-vous avec la vie des entreprises du Luxembourg.

28

INSTITUTIONAL NEWS

28 — 43

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

58

THE ECONOMY

58 — 70

Industrie

Les PME au cœur de la nouvelle stratégie européenne 58

Économie circulaire

Une aventure collective 62

Gouvernance électronique

Accélérer la digitalisation de l'Administration 64

Show and tell

66

The Eye of the Economist

68

In a Nutshell

70

72

LEGAL INSIGHT

72 — 73

Déconnexion

Vers un changement de culture? 72

Données personnelles

Récents évolutions concernant l'application du RGPD 73

80

THE INTERVIEW

80 — 83

Marc Lauer, Président, INDR

86

STARTUP

86 — 97

Koosmik

La banque pour tous 86

Leko Labs

Construire autrement 92

98

SUCCESS STORY

98 — 109

EBOS

La voix au bout de la ligne 98

Cactus

Nëmmen dat bescht 104

110

MEET OUR MEMBERS

110 — 113

Luxembourg High Security Hub

En toute sécurité! 110

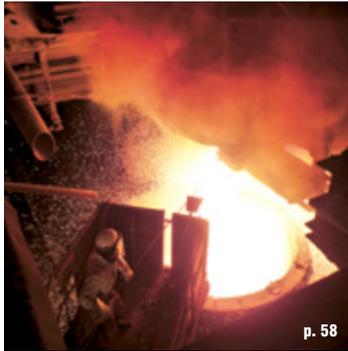
Merbag

100 ans de passion pour l'automobile 112

114

MEET OUR PEOPLE

114



p. 58



p. 116



p. 118

116 LUXEMBOURG RISING 116 — 117

118 IN THE SPOTLIGHT 118 — 121

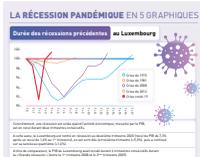
- Luxembourg Film Festival 2021 118
- Esch 2022 : la capitale de la culture se prépare 120
- Art Cube : Robert Viola « rétrospective 1995-2015 » 121

124 COMING UP SOON 124

125 UPCOMING TRAINING SESSIONS 125

130 THE MAKING OF ... 130

George(s)



Fiche IDEA

La récession
 pandémique en
 5 graphiques



La version en français du dossier consacré à la RSE est à retrouver sur : www.cc.lu/merkur

— ENGLISH CONTENT —

CORPORATE NEWS 24

INSTITUTIONAL NEWS 28

COVER STORY 44

Corporate Social responsibility
 Taking responsibility for tomorrow

BUSINESS VOICES 74

Environment
 Climate change for dummies

MARKET WATCH 78

Vietnam

STARTING BLOCKS 84

BLAST FROM THE PAST 122

Corporate News

— OBERWEIS —

Une saveur d'exception

Depuis le 4 mars 2021, la maison Oberweis propose dans ses huit points de vente une toute nouvelle gamme appelée Koa'o, se composant de sept créations d'exception, imaginées par Jeff Oberweis à partir d'un produit révolutionnaire : le jus de fruit de cacao.



La passion du chocolat anime Jeff Oberweis depuis toujours. Il se rend régulièrement dans les plantations des pays producteurs de cacao pour y chercher les fèves qui lui permettront d'élaborer de nouvelles tablettes. Début 2020, au cours de l'un de ces voyages il fait la rencontre d'Anian Shreiber, entrepreneur suisse dont la startup Koa, en partie établie au Ghana, valorise la pulpe de cacao en la transformant en un jus dont le goût respecte un équilibre parfait entre douceur et acidité, avec une touche d'amertume. Ce produit révolutionnaire, qui n'a jamais été exploité auparavant, inspire immédiatement le créateur de saveur Jeff Oberweis. Il est non seulement séduit par le goût de ce jus inconnu, mais également par le concept d'exploitation durable du produit, qui garantit un complément de revenu de l'ordre de 30% aux 1.600 agriculteurs ghanéens qui le produisent.

De retour au Luxembourg, Jeff Oberweis imagine une gamme de sept produits. Avec l'aide de l'une de ses nièces, étudiante en diététique végane, il s'efforce de remplacer chaque produit animal par une alternative végétale pour une gamme quasi entièrement végétalienne qui n'utilise plus ni oeufs, ni lait, ni beurre, ni crème mais de l'huile de coco, du beurre de karité ou des noisettes... Cette gamme comprend une viennoiserie (Croc Choc), des pâtisseries (un macaron, un cake, une tarte), un entremet, un sorbet et des truffes. Jeff Oberweis souligne l'importance quasi historique que revêt l'exploitation de la pulpe de cacao : « Cette découverte est l'une des choses les plus importantes de ma vie. On n'a pas souvent l'occasion d'être confronté à quelque chose de vraiment nouveau, surtout dans le domaine du chocolat où les dernières découvertes sont très anciennes. » —

— CLOUD FACTORY —

Pizzeria en mode Ghost Kitchen

Depuis fin décembre 2020, le restaurant sans tables Cloud Factory offre des pizzas napolitaines artisanales optimisées pour la livraison à domicile et le take-away. Il s'agit de la première pizzeria ghost kitchen du Luxembourg.



« Si les gens commandent de plus en plus de repas en ligne, pourquoi ne pas créer un restaurant qui se focalise sur ce domaine ? » C'est ce que se disent Francesco Micillo, Louis Arnoux, Maurice Delcourt et Tom Zigrand quand ils réfléchissent, en 2019, au concept de leur futur restaurant. Les choses s'accélérent et l'idée se concrétise rapidement, en avril 2020 lorsque les quatre fondateurs se retrouvent en plein confinement. Et c'est finalement en décembre 2020 que la société voit le jour à Neudorf. Entre avril et décembre, beaucoup de temps a été investi dans le développement de la pâte afin qu'elle reste moelleuse et fraîche. « Ce nouveau concept nous permet de nous concentrer sur le produit lui-même. Notre objectif est de produire la meilleure

pizza du Luxembourg. Pour cela, nous n'utilisons que les meilleurs ingrédients et nous avons développé une pâte spéciale, optimisée pour la livraison à domicile et le take-away » explique Francesco, responsable de la qualité du produit artisanal. Leurs expériences complémentaires (finance, conseil et marketing) font des autres partenaires une équipe solide. « Nos clients recherchent activement des produits de qualité pour la consommation à la maison. Notre projet semble bien s'adapter au moment », précise Louis, consultant et responsable des finances. Les retours très positifs des clients suite aux premiers mois d'activité en sont la meilleure preuve. —

■ Plus d'informations et commandes : www.cloudfactory.lu

— TEAMBUILDING —

Recréer du lien

Fanny Aymer, chef de chœur et fondatrice de *Choral and Company* et Domitille Desrousseaux, coach professionnelle certifiée, lancent un *teambuilding* unique alliant chant choral et énergie positive.

Ce *teambuilding* s'adresse aux grandes entreprises et aux PME qui cherchent un moyen de recréer du lien entre les collaborateurs et de susciter de l'engagement, à travers une activité qui procure bien-être et détente, dans un contexte qui éloigne les équipes et accentue les risques de stress et de burn-out. Le *teambuilding* proposé consiste en une alternance de chant choral en groupe et d'exercices d'estime de soi et de mise en énergie. En chantant ensemble, les collègues se découvrent d'une façon différente et contribuent à bâtir une œuvre commune, source de fierté. Les exercices sur l'estime de soi aident à mieux s'exprimer, à écouter et à prendre sa place au sein d'un groupe. Lors d'une réunion préparatoire, les objectifs sont définis avec l'entreprise : bien-être au travail, estime de soi, développement de relations constructives intra et inter services, cohésion d'équipe, sentiment d'appartenance... Le *teambuilding* est structuré en amont dans sa durée (de 4 heures à une journée complète), son format et le type de bilan attendu par l'entreprise. —

■ Plus d'informations : www.choralandcompany.com ou www.domitilledesrousseaux.com



— SALAISONS MEYER —

La maison écrit un nouveau chapitre de son histoire

Un peu plus de 100 ans après sa création, l'entreprise familiale de boucherie et salaisons Meyer, créée en 1918, renforce son positionnement sur le marché luxembourgeois avec un *rebranding* total.



Photos: Chorale online, Chambre de Commerce, Noosphere

— MOYOCCI —

Visites guidées sur mobiles

La société Moyocci, qui propose des activités touristiques au Luxembourg, lance une application de visites guidées autonomes, flexibles et sécurisées, sur mobiles.

La pandémie de Covid-19 ayant fortement touché le secteur de l'événementiel et du tourisme, Moyocci a dû cesser d'organiser des fêtes ou des visites guidées. Pour lutter malgré tout contre la solitude et la monotonie, la société a décidé d'étoffer son catalogue *sightseeing*, - qui compte déjà les bus *Hop On Hop Off* et le train Pétrusse Express - d'une solution digitale : des visites audio (auto)guidées pour découvrir, sous un angle nouveau, les beautés du Grand-Duché de Luxembourg. Chacun peut ainsi, de manière autonome, faire une découverte en extérieur, à pied ou à vélo, avec l'aide d'une carte interactive utilisant la géolocalisation. Les audioguides existent en 5 langues et utilisent sons, textes et images. À chaque point d'intérêt, les faits historiques sont racontés, ainsi que des anecdotes sur les bâtiments, monuments et sites. —

■ Plus d'informations : www.sightseeing.lu



UpCRM/SalesForce Centrés sur le client

UpCRM, fondée en 2013, est spécialisée dans la conception et le déploiement de solutions dédiées à la gestion de la relation client (CRM pour *Customer Relationship Management*). L'entreprise peut compter sur une équipe de 20 consultants expérimentés et sur les solutions développées par Salesforce, leader mondial du CRM. En effet, pour certains marchés, Salesforce a récemment fait le choix de s'appuyer sur un réseau de revendeurs. C'est le cas au Luxembourg où Salesforce a accordé sa confiance à UpCRM. Les entreprises luxembourgeoises vont ainsi être parmi les premières à bénéficier de cette nouvelle organisation. Active au Luxembourg, en France et en Allemagne, UpCRM sert des PME et des grands groupes, de tous les secteurs d'activités. Elle propose également des solutions dédiées aux associations et ONGs luxembourgeoises.

ING

Solidarity awards ouverts

En ces temps de pandémie, toutes les personnes qui œuvrent sans relâche à la protection de l'environnement ou à la promotion de l'inclusion redoublent d'efforts. Pour leur rendre hommage et les encourager, ING organise la 9^e édition des *ING Solidarity Awards*. Pour cette édition, tous les éléments des traditionnels *Solidarity Awards* sont présents : la participation est largement ouverte aux associations, fondations ou sociétés d'impact sociétal, la sélection se fait par jury et les quatre meilleurs projets seront récompensés de 5.000 euros chacun, au cours d'une cérémonie de remise des prix. Chaque lauréat bénéficiera en outre d'une capsule vidéo réalisée aux frais d'ING et publiée sur les réseaux sociaux. Les inscriptions sont ouvertes jusqu'au 20 mai 2021 sur www.ing.lu.

Luc Meyer, à la tête de l'entreprise depuis 2006 s'est donné pour mission de transformer son nom en une marque forte. Pour cela, il adopte une nouvelle stratégie et met en place une identité graphique puissante avec l'aide de l'agence de communication Noosphere Brand Strategy. «*Nous avons mandaté l'agence pour optimiser notre site internet. L'équipe a ensuite travaillé sur notre branding avec une vision qui correspondait à la nôtre : un nom générique avec une aura de marque*», explique-t-il. La nouvelle signature de l'entreprise ne comporte donc plus le prénom des prédécesseurs de Luc Meyer et devient Salaisons Meyer, accompagné du slogan «*C'est Meyer, quand c'est bon!*». Les visuels publicitaires de la marque sont des photos des produits qui évoquent saveur et qualité, pour célébrer les méthodes de fabrication et de fumage traditionnelles transmises de père en fils. Forte de son nouveau positionnement, la nouvelle ambition de l'entreprise est l'internationalisation. —

— SALES LENTZ —

Une première en Europe

Depuis de nombreuses années, Sales-Lentz inclue toujours plus de véhicules électriques dans sa flotte et fait de la mobilité respectueuse de l'environnement un véritable projet d'entreprise, notamment en faisant une veille permanente sur les innovations en la matière.

Sales-Lentz a effectué de longues analyses et simulations internes, afin de déterminer une liste des meilleurs sites d'approvisionnement en carburant ou de rechargement, tant pour sa flotte thermique qu'électrique. Le critère principal du choix d'un lieu est la proximité avec les pôles d'échanges afin d'éviter au maximum les trajets à vide et de ne pas être bloqué dans le trafic. Afin d'être encore plus flexible, Sales-Lentz a précommandé auprès de la société allemande ADS-TEC, spécialisée dans les solutions de stockage et de gestion d'énergie, une remorque de type «StoraXe® Mobile High Power Charge». Cette remorque chargeur, est une première en Europe dans le domaine du transport public. Elle permettra à Sales-Lentz de pouvoir charger à tout moment et à des endroits prédéfinis ses différents bus électriques. La capacité de charge va jusqu'à 5 bus simultanément et la capacité totale des batteries garantit le chargement complet de plus ou moins 10 véhicules par cycle.

La nouvelle remorque sera utilisée par la suite dans l'exploitation régulière des services, à proximité d'une tête de ligne pour recharger les autobus électriques après les heures de pointes le matin ainsi que durant l'après-midi. Cette solution épargnera des milliers de trajets à vide de bus électriques vers les dépôts. Avec ce dispositif, Sales-Lentz dispose d'une flexibilité unique permettant de réagir en un temps record à une éventuelle panne de station de chargement, à une adaptation de trajet ou encore à l'élaboration de nouvelles lignes électrifiées. —



— WILDGEN 4 CHILDREN —

Des jouets par centaines

La collecte de jouets Wildgen 4 Children (W4C) organisée, pour la septième fois consécutive, par le cabinet d'avocats luxembourgeois Wildgen en décembre 2020, s'est clôturée sur un nouveau succès.



Avec des centaines de jouets, jeux, livres, équipements scolaires, sportifs et numériques livrés en ce début d'année aux associations bénéficiaires, la solidarité et la générosité des entreprises et structures luxembourgeoises participantes a bénéficié à plus de 2.300 enfants. Lancée en novembre 2014, la collecte de jouets W4C est guidée par des valeurs d'humanité et d'entraide, qui ne se sont pas démenties en 2020 malgré la complexité de la période. Faisant fi des défis inhérents à la crise sanitaire (télétravail, restrictions sanitaires et confinement), l'édition 2020 fut un succès avec 68m3 de jeux et jouets, 120 sachets de confiseries et une vingtaine d'ordinateurs collectés. Les sociétés et les structures participantes ont su, cette année encore, fédérer leurs employés et clients autour de cette belle action. —

— SPIRE GLOBAL —

Le développement se poursuit

Le groupe Spire Global, actif dans le domaine des données spatiales et qui a une présence au Luxembourg depuis 2017, a accueilli Franz Fayot, ministre de l'économie, le 6 avril 2021 pour une présentation de ses projets de développement.

Le groupe Spire a choisi de s'implanter au Grand-Duché en 2017 en raison de l'expertise locale dans le secteur de l'espace et d'un environnement propice au développement des activités spatiales innovantes et technologiques à haute valeur ajoutée. Spire Global Luxembourg mène des activités d'ingénierie, de conception d'infrastructures, d'opérations de satellites en orbite terrestre basse, et d'analyse de données. Sa réputation en matière de données tient à une vaste constellation de 100 nano-satellites fabriqués et exploités par l'entreprise. Spire Global est une société d'envergure internationale qui exploite une technologie satellitaire exclusive pour prévoir les conditions météorologiques et suivre les déplacements des navires et des avions. L'entreprise et ses activités s'inscrivent donc pleinement à la fois dans la stratégie de développement du secteur spatial national et dans la stratégie du ministère de l'Économie qui cherche à déployer au Luxembourg une économie basée sur l'analyse et le traitement des données, comme l'a souligné Franz Fayot lors de sa visite: «L'implantation et le développement de Spire ont enrichi le secteur

des données spatiales au Luxembourg. Nous continuons de soutenir activement de telles entreprises dans leurs activités innovantes en vue de diversifier encore davantage l'écosystème spatial luxembourgeois et de maintenir notre position de leader en Europe dans ce secteur.»

Spire Global Luxembourg et le ministère de l'Économie ainsi que la Luxembourg Space Agency (LSA) souhaitent renforcer leur collaboration en vue de futurs développements. L'entreprise figure déjà notamment dans le portefeuille d'investissement du Luxembourg Future Fund et bénéficie d'un contrat-cadre de l'Agence spatiale européenne (ESA) pour le développement de nouveaux services à valeur ajoutée.

Fondée en 2012 en Californie et ayant notamment des bureaux à Singapour et à Glasgow, Spire emploie actuellement 250 personnes sur 6 sites dans le monde, dont 53 au Luxembourg,

Le groupe Spire Global prépare actuellement son entrée à la bourse de New York, qui devrait se concrétiser dans les prochains mois. —



— INNOVATION —

Robots interconnectés

Les sociétés Aero41, Domaine L&R Kox et Luxsense, ainsi que le SnT de l'Université du Luxembourg, se joignent à un projet européen de recherche et développement qui investit 7 millions d'euros dans une plateforme pour le développement de systèmes multirobots sûrs et fiables.

Les quatre acteurs luxembourgeois s'associent à un consortium d'universités, d'instituts de recherche et d'organisations industrielles et gouvernementales européennes pour développer des systèmes de robots interconnectés capables d'effectuer des tâches dont la complexité et le coût sont trop élevés pour un seul robot. Le projet fournira des capacités de conception et de déploiement de logiciels avancés. À terme, ces technologies permettront de fournir des solutions pour des secteurs européens clés comme les soins de santé, la fabrication, l'agroalimentaire ou l'inspection d'infrastructures, où des groupes de robots interconnectés seront mieux à même d'effectuer des tâches critiques telles que la désinfection des hôpitaux, la gestion des exploitations agricoles et des cultures, l'adaptation rapide des lignes de production aux nouveaux produits ou la maintenance des installations de transmission d'énergie. Le projet SESAME (*Secure and Safe MultiRobot*

Systems) représente 7 millions d'euros d'investissement pour développer une plateforme ouverte, modulaire et configurable pour l'ingénierie systématique de systèmes multirobots fiables. Aero41, Domaine L&R Kox, le SnT et Luxsense sont impliqués dans les déploiements pilotes et la validation de la nouvelle plateforme SESAME. L'objectif des partenaires est de développer un système d'acquisition et d'analyse des données à appliquer en viticulture, accélérant la transformation numérique de ce secteur. Deux groupes de recherche du SnT développeront de nouveaux algorithmes de fusion de capteurs et de planification afin d'assurer la sûreté et la sécurité lors du fonctionnement de plusieurs robots. —



Aramark e-restaurant d'entreprise

Aramark, société de service active dans la restauration collective et présente au Luxembourg depuis 2002, lance *My Aramark*, une nouvelle application de *catering* digital qui permet aux entreprises d'activer un point de livraison au sein de leurs locaux. Grâce à cette app, Aramark livre des repas fraîchement préparés dans tout le Luxembourg, même dans les zones excentrées. Une nouvelle option pour se restaurer le midi pour les employés présents sur le lieu de travail. Une offre saine, locale, abordable et diversifiée qu'Aramark livre sans intermédiaire. Pour développer cette application, Aramark Luxembourg s'est appuyé sur son expérience de plus de 15 ans et la confiance que lui accordent de grandes entreprises, que ce soit en matière de qualité de cuisine ou de respect des règles d'hygiène alimentaire.

■ Plus d'informations :
info@aramark.lu

Post C'est le bouquet !

Le 2 avril 2021, en présence du ministre de l'Économie, Franz Fayot, POST a célébré la « fête du bouquet » marquant l'achèvement des travaux de gros œuvre de son futur siège situé place de la Gare, à Luxembourg. Le nouveau bâtiment disposera d'une surface d'environ 28.000 m² répartis sur 9 étages et 4 niveaux de sous-sol. Au rez-de-chaussée, un espace de vente de type Espace POST sera aménagé. Les travaux de démolition de l'ancien siège se sont déroulés de mars 2018 à juillet 2019. La pose de la première pierre du nouveau siège et le début des travaux de construction ont eu lieu en octobre 2019. L'inauguration du nouveau bâtiment, dessiné par le cabinet d'architecture Metaform, est prévue pour le 4^e trimestre 2022.

Salsa Jeans

La boutique rouvre

La boutique Salsa Jeans du Centre commercial Opkorn Differdange a rouvert ses portes en avril dernier. L'enseigne, spécialiste des jeans a, depuis sa création, poussé la recherche très loin pour proposer «*les jeans qui se portent le mieux au monde*». Du choix du tissu aux méthodes de couture, en passant par le design et les techniques innovantes, l'expertise de Salsa Jeans permet de proposer un vêtement pour chaque type de morphologie. La marque portugaise revient avec encore plus de nouveautés et d'innovations, avec de nombreux modèles pour femmes et hommes.

Up Trace

Seriane PP se développe

Up Trace continue de développer et d'améliorer sa solution software Seriane Protect People (PP), un outil ultra-sécurisé de gestion centralisée des visiteurs, des employés et des locaux partagés au sein d'une organisation. Basée sur l'utilisation du smartphone personnel, la solution Seriane PP est accessible, rapide, économique et efficace. Elle permet par simple scan d'un QR code en entrée ou sortie, à l'accueil ou au niveau de salles internes, de s'annoncer, s'enregistrer, se localiser mais aussi d'être averti en cas de nécessité, urgence sanitaire ou autre et ce, en toute confidentialité. L'app est autogérée par l'entreprise au travers d'une plateforme sécurisée sur le Cloud, totalement personnalisable. Elle est conforme à la législation RGPD.

— LODYSS —

Médillée d'or

Il y a un an, la Brasserie Nationale lançait Lodyss, l'eau minérale de l'ère glaciaire.

La qualité de Lodyss a été récompensée en début d'année par la Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG).

En janvier 2021, la DLG a attribué la médaille d'or (*Goldener Preis*) à Lodyss pour ses eaux naturelles et légèrement pétillantes, avec la note maximale. Une première pour une eau minérale luxembourgeoise. Fondée en 1885, la DLG est une organisation européenne agroalimentaire reconnue comme Certicateur officiel pour toute l'Europe. Les experts du centre d'analyse alimentaire de la DLG évaluent chaque année environ 260 eaux minérales, de source et de table avec des critères stricts. La médaille d'or est la certification la plus élevée qu'attribue la DLG. Lodyss, provient d'une nappe phréatique située à plus de 300 mètres de profondeur datant de l'ère glaciaire, et qui n'a jamais été en contact avec aucun polluant d'origine humaine, ce qui lui garantit une pureté incomparable et une composition minérale adaptée à tous. —



— GROUPE FOYER —

Soutien au défi sportif de Pit Van Rijswijck

Foyer soutient l'initiative sportive et humaine de son collaborateur Pit Van Rijswijck, qui va participer au World Marathon Challenge en 2022.



— CACTUS —

Troisième anniversaire pour Bio Green Beef

Le label Bio Green Beef, une filière favorisant l'agriculture biologique locale et garantissant une viande de jeune bovin de haute qualité, célèbre ses trois ans d'existence.

La filière *Bio Green Beef* est née de la volonté de l'enseigne Cactus, de l'*Interessengemeinschaft Vermarktung Lëtzeburger Biofleesch* (IVLB) et de Convis, coopérative luxembourgeoise d'élevage et de conseil, d'encourager et de commercialiser une viande de jeunes bovins issue d'une production biologique et locale. Bien-être animal et environnemental, respect des ressources naturelles et des éleveurs, durabilité, traçabilité et haute qualité des produits permettent de garantir une viande de haute qualité. La filière, qui a commencé avec 16 éleveurs en 2018, travaille aujourd'hui avec 22 fermes du terroir luxembourgeois. Les trois ans de la filière sont l'occasion pour Cactus de dresser un bilan très positif des ventes qui ne cessent d'augmenter. —



Pit Van Rijswijck n'est pas un collaborateur ordinaire au sein du Groupe Foyer. Il voue une véritable passion au sport, partagée pendant de nombreuses années avec son père l'un, grand sportif également, avec qui il a couru de nombreux marathons. En juin 2020, ce dernier est soudainement décédé d'un cancer rare du cerveau. Pour lui rendre hommage, Pit se lance dans une formidable aventure en participant au World Marathon Challenge qui aura lieu en février 2022. Le défi: courir 7 marathons, sur 7 continents, en 7 jours. L'occasion pour Pit de mener une grande collecte de fonds reversés à la Fondation Cancer. La direction du Groupe Foyer a souhaité s'y associer en faisant un don de 25 000 euros à la Fondation Cancer. —



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

MirrorCam. Au lieu des rétroviseurs habituels, l'Actros est équipé de MirrorCams aérodynamiques et révolutionnaires. Elles offrent non seulement une parfaite vision panoramique, mais aussi une grande sécurité pendant les manœuvres de stationnement et lors des changements de direction et de voie. www.mercedes-benz-trucks.com

Mercedes-Benz

Trucks you can trust



Merbag S.A.

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

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

— PARC MERVEILLEUX —

Le plein de nouveautés

Le Parc Merveilleux de Bettembourg a ouvert ses portes pour la saison 2021. De nombreuses découvertes attendent petits et grands !

Pour le plus grand bonheur des visiteurs, l'aire de jeu centrale a été agrandie et accueille un hélicoptère et une ambulance. Le pont panoramique dans l'enclos des daims a été équipé d'un ascenseur pour les visiteurs. L'ensemble du parc offre ainsi un accès sans obstacle. Vu son grand âge, le mini-train a pris sa retraite, et son successeur prendra son service dès le mois de juin. Côté jeux, cette année, les jetons achetés à la caisse peuvent être utilisés à la fois pour le mini-train, le Poney-Express et les minicars. Parmi les animaux hébergés au parc, des mini-poneys et les mini-ânes sont maintenant présents à la mini-ferme et tiennent compagnie aux wallabies, rats laveurs et mini-porcs. Le monde des contes de fées s'est également agrandi avec le conte *Kouhandel mat der Wiederhex* et Blanche Neige s'est parée de nouveaux atours. —

■ Réservation en ligne recommandée : www.parc-merveilleux.lu



— COSMOLUX —

65 millions d'euros investis d'ici 2030 !

Établie dans la zone industrielle d'Echternach depuis 2001, Cosmolux International développe, produit et commercialise des produits cosmétiques et d'hygiène corporelle de grande distribution, vendus par les grandes enseignes de vente au détail.

À l'occasion d'une visite de leurs installations le 25 mars 2021 par S.A.R. le Grand-Duc-Héritier et Franz Fayot, ministre de l'Économie, les responsables de l'entreprise ont présenté leur stratégie d'expansion à l'horizon 2030 avec un volume d'investissement et de financement de l'ordre de 65 millions d'euros. S'appuyant sur une production respectueuse de l'environnement, cette expansion prévoit l'élargissement des capacités d'embouteillage, la production de bouteilles en propre, l'ajout d'équipements de transvasement en tubes, l'agrandissement des capacités logistiques à travers la construction d'un dépôt automatisé ainsi que l'élargissement des compétences en recherche et développement. D'ici 2030, il est ainsi prévu de créer 270 emplois supplémentaires sur le site d'Echternach. International Can, spécialisée dans la production de boîtes en aluminium destinées à l'industrie cosmétique, se trouve depuis 2015 sur le même site que Cosmolux à Echternach. Les deux entreprises font partie du groupe allemand MAXIM qui a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires consolidé de 300 millions d'euros. En 2020, le groupe MAXIM a entamé l'étape ultime de sa stratégie d'intégration

verticale sur son site luxembourgeois en créant Cosmolux Logistics afin d'optimiser davantage le flux et le transport des matières produites. Actuellement, le groupe MAXIM emploie 330 personnes au Luxembourg. —



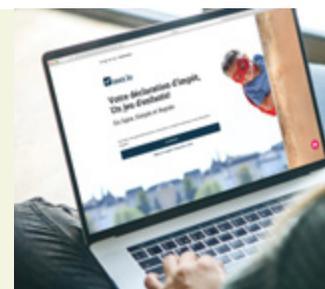
Impact Shakers Inscriptions ouvertes pour les Impact Shakers Awards

Impact Shakers lance les premiers awards européens pour les startups durables et inclusives. C'est la première fois que plus de 40 acteurs de l'écosystème d'impact européen s'unissent avec des programmes d'incubation, des accélérateurs, des investisseurs et d'autres services de support pour des entreprises dédiées à un but unique. Les *Impact Shakers Awards* sont inspirés par le modèle économique du *donut*, qui

définit la prospérité humaine selon des critères écologiques et socio-écologiques. Les juges internationaux vont choisir les gagnants parmi douze catégories : l'énergie, l'eau, l'alimentation, la santé, l'éducation, le revenu et le travail, la paix et la justice, la voix politique, l'égalité sociale, la parité des sexes, la communauté et le logement. Les résultats seront connus le 21 juin lors de la cérémonie de remises des prix (en ligne).

taxx.lu Une aide pour la déclaration d'impôt

taxx.lu, qui est depuis 2018 la première plateforme permettant de remplir la déclaration d'impôt luxembourgeoise en ligne, propose désormais une application scannant et reconnaissant automatiquement les attestations fiscales, facilitant encore plus le remplissage de la déclaration d'impôts. Lorsque les utilisateurs numérisent leurs documents avec l'application, les données requises sont automatiquement recon-



d'impôt correspondante. Ainsi, l'utilisateur n'a plus besoin de les recopier manuellement dans sa déclaration.



ACCÉLÉREZ VOTRE CARRIÈRE!

L'OFFRE DE FORMATION CONTINUE DE LA CHAMBRE DES MÉTIERS VOUS PERMET DE DÉVELOPPER VOS COMPÉTENCES ET CELLES DE VOS COLLABORATEURS AFIN DE RELEVER DE NOUVEAUX DÉFIS PROFESSIONNELS.

www.cdm.lu/formation-continue

CHAMBRE DES MÉTIERS
Luxembourg



FORMATION CONTINUE





Muséal

Accessoire malin

Les éditions Muséal, établies à Luxembourg en 1998, fournisseur officiel de la Cour, conçoivent, produisent et diffusent des objets d'art et de décoration inspirés du patrimoine luxembourgeois. Elles ont repris, en les stylisant, les lignes de la célèbre statue *Renert* trônant place Guillaume à Luxembourg, pour créer un accessoire de maroquinerie élégant et polyvalent, à la fois bijou de sac, porte-clefs et marque-page. Livré avec un lacet en cuir ciré, un anneau porte-clefs doré ou argenté et une pochette en organza, le *Renert* est proposé en 5 couleurs : fuchsia, rouge, chocolat, fauve ou noir.

■ Plus d'informations :
www.museal.com

Banking Circle
Paiements
transfrontaliers

Banking Circle, fournisseur d'infrastructures financières basé au Luxembourg, a annoncé fin mars son hébergement complet sur le cloud, et le regroupement de tous les aspects de son infrastructure dans Microsoft Azure, y compris sa plateforme de paiement transfrontalière sur mesure, qui offre désormais à ses clients une rapidité accrue, des fonctionnalités plus élevées et une expérience utilisateur plus intuitive.

Alors que Banking Circle sert 10% du flux mondial de commerce électronique B2C et 100 milliards d'euros de flux de commerce électronique B2B au point de vente, ce développement soutiendra son plan de croissance, qui consiste à fournir des services de paiement rentables et efficaces aux institutions financières du monde entier.

— LUXAVIATION —

Premiers vols
américains et
services de luxe

Le groupe Luxaviation, l'un des plus grands opérateurs d'avions et d'hélicoptères d'affaires au monde basé au Luxembourg, lance sa marque aux États-Unis. Avec une nouvelle base à Miami et une nouvelle flotte d'avions, la société double son potentiel de marché.

Avec ce nouveau développement international, l'opérateur ouvre ses services à un large éventail de clients à travers les États-Unis. Ceux-ci auront, en outre, un accès exclusif aux services de luxe du groupe, *Luxaviation Experiences* et *Luxaviation Fine Wines*. Lors de l'inauguration du hub de Miami, le CEO du groupe, Patrick Hansen, a présenté en exclusivité le service de conciergerie dédié au marché américain, le personnel de bord se transformant en majordomes personnels.

Les clients pourront utiliser des services d'affrètement privés vers toute destination à travers le monde à partir de tout point d'origine aux États-Unis, avec l'une des flottes les plus grandes et les plus diversifiées du secteur de l'aviation d'affaires. Alors que Luxaviation étend ses activités, la compagnie adopte une approche respectueuse de l'environnement en annonçant l'utilisation de carburant durable pour l'aviation (*Sustainable Aviation Fuel*, SAF), bien que plus coûteux que le kérosène traditionnel, sur tous les vols effectués aux États-Unis. Luxaviation vise dans le futur, l'utilisation du SAF pour tous ses vols à travers le monde. —

— PROTECTION UNIT —

Nouvel acteur sur le
marché de la sécurité

Le groupe Protection UNIT, l'un des leaders du secteur du gardiennage et de la sécurité privée en Belgique, s'installe au Luxembourg, où il entend proposer les solutions les plus qualitatives à des prix compétitifs. L'entreprise souhaite se positionner comme un employeur dynamique, et profondément humain.

Le secteur de la sécurité privée compte un nouvel acteur avec l'arrivée de Protection UNIT, groupe belge, qui fait du marché luxembourgeois, une priorité de son développement international. En rachetant le groupe Fact, en 2019, Protection UNIT marquait sa volonté de poursuivre sa croissance. L'acquisition de la filiale Fact Security Luxembourg lui donne les moyens de s'étendre au Grand-Duché également. Le groupe ambitionne aujourd'hui d'insuffler un vent nouveau dans le secteur : « Nous visons une croissance saine et profitable. Nous endossons le costume de challenger, avec l'intention d'appliquer des tarifs alignés sur le marché, et très compétitifs au regard de notre exigence de qualité. L'objectif est de proposer le meilleur service au prix le plus adapté ». Protection UNIT bénéficie d'une expertise et d'une réputation acquises en Belgique, où le secteur du gardiennage figure parmi les plus réglementés d'Europe. Son métier évolue en continu, grâce à l'intégration de nouveaux outils, à une démarche de digitalisation (e-reporting) et à l'utilisation de nouvelles technologies (gardiennage virtuel, drones etc.). —

— DOMAINES VINSMOSELLE —

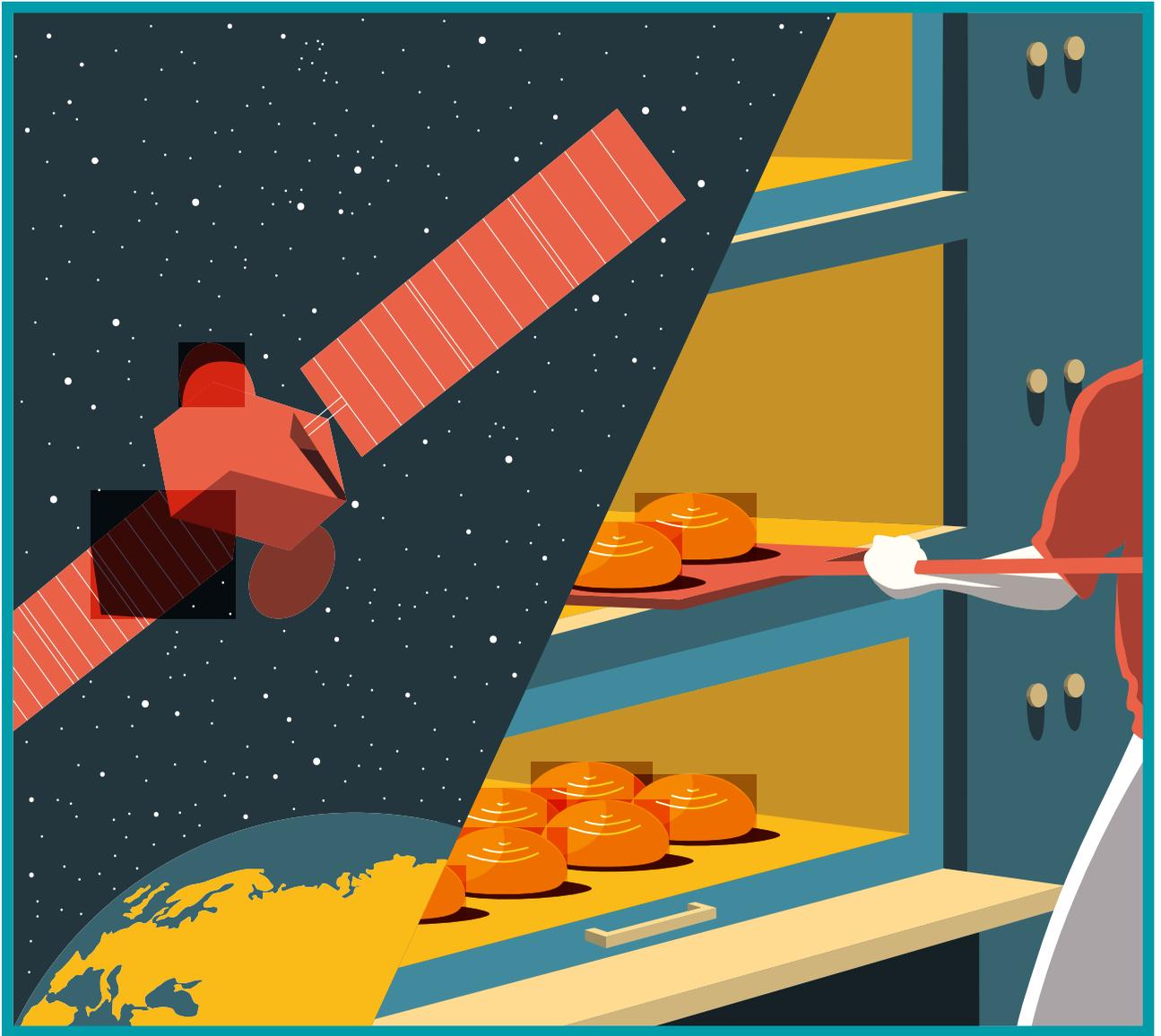
Poll-Fabaire a 30 ans

Domaines Vinsmoselle célèbre
le trentième anniversaire de POLL-FABAIRE
avec une cuvée en édition limitée.



L'appellation *Crémant de Luxembourg*, créée en 1991, peut être utilisée pour des vins qui respectent certains critères : les raisins doivent être 100% d'origine luxembourgeoise, récoltés à la main et suivre une maturation sur lies pendant au moins neuf mois sans interruption. La « Cuvée 30 », qui respecte ces engagements, est issue d'un assemblage de Pinot Blanc, Chardonnay et Pinot Gris. Sa robe est brillante et de couleur noble. Sa mousse est fine et intensive. Son nez se caractérise par des arômes de fruits jaunes mûrs, de dattes, de fruits secs et de brioche. En bouche, des notes fruitées (mangue et melon) se dégagent. C'est une cuvée généreuse, crémeuse et expressive, à la note finale persistante, qui allie sens des traditions et recherche constante d'innovation. —

■ Disponible en magasins, dans les vinothèques Vinsmoselle et sur shop.vinsmoselle.lu



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



Sodexo/Hunneg Këscht Ensemble pour la biodiversité

Depuis 2020, Sodexo Luxembourg et Hunneg Këscht ont mis en place un partenariat qui a pour but la préservation des abeilles, la protection de la biodiversité locale et la mise en avant du bon miel bio luxembourgeois grâce au travail de l'apiculteur Hugo Zeler.

Ce jeune homme passionné, qui a appris son métier auprès des anciens, propose ses connaissances et ses services aux particuliers et entreprises. Il s'occupe ainsi de la mise en place des ruches sur les toits ou dans les jardins luxembourgeois, en assure l'entretien, s'occupe de la récolte du miel, de sa fabrication et de son conditionnement.

L'apiculteur a, de plus, à sa disposition un véhicule électrique, un outil de travail sans émission de carbone ce qui lui permet également d'être dans la juste ligne de cette démarche.

À travers ce partenariat, Sodexo Luxembourg met en avant sa volonté d'agir comme une entreprise responsable et respectueuse de l'environnement et peut ainsi proposer à ses clients des produits issus de la mise en place de ruches pour une production de miel bio 100% local.

— OUNI —

Depuis un an à Dudelange !

OUNI, la première épicerie bio sans emballages au Luxembourg, a célébré le premier anniversaire de son magasin de Dudelange, ouvert le 14 mars 2020.

Cet anniversaire a été pour l'enseigne, l'occasion de revenir sur une année pas comme les autres pour la coopérative qui résiste aux vents contraires. L'ouverture de ce second magasin dans le sud du pays a en effet été pour la coopérative OUNI, une étape marquante, moins de trois ans et demi après l'inauguration du premier site dans le quartier de la gare à Luxembourg-Ville. Elle montre combien le concept du sans emballage et du zéro déchet est porteur et qu'il accompagne une lente, mais inexorable, évolution dans le comportement des consommateurs de plus en plus désireux de devenir des « consomm'acteurs » pouvant faire des achats écoresponsables au plus près de chez eux. Dans ces moments difficiles, le magasin a dû fermer trois jours après son ouverture en raison de la pandémie. OUNI a pu bénéficier du soutien de la ville de Dudelange, qui n'a pas réclamé de loyer. Rouvert normalement depuis, le magasin de 180 m² a accueilli plus de nouveaux clients et a contribué au développement et au rayonnement de la coopérative dans le pays : en l'espace d'un an, son capital a connu une augmentation de plus de 7%. Tout comme dans la boutique historique de la rue Glesener, OUNI propose à Dudelange environ un millier de références de produits alimentaires, d'hygiène et d'entretien nécessaires à la vie quotidienne, vendus soit en vrac soit dans des emballages réutilisables ou consignés (bouteilles et bocaux en verre). Des produits biologiques, locaux ou issus du commerce équitable. —



— VOYAGES EMILE WEBER / SLG —

Voyage commun !

Les deux entreprises familiales luxembourgeoises SLG et Voyages Emile Weber ont uni leurs forces pour créer Travel Group Luxembourg.

La nouvelle société réunit les deux réseaux d'agences de voyages *We love to travel* et Voyages Emile Weber. Le but de cette union est de devenir la référence en matière de voyages touristiques au Luxembourg et dans la Grande Région. Voyages Emile Weber et *We love to travel* regroupent ainsi 34 agences avec plus de 130 collaborateurs qui bénéficient depuis des dizaines d'années de la confiance des Luxembourgeois et des habitants de la Grande Région. Aujourd'hui, un marché en mutation et une concurrence toujours plus forte, notamment de nature numérique, exigent des efforts conjoints afin de continuer à fournir d'excellents services aux clients. Les deux marques *We love to travel* et Voyages Emile Weber continueront d'exister, offrant aux clients leurs contacts habituels et le service associé, quant à Travel Group Luxembourg, elle mettra l'accent sur les conseils de voyages personnalisés en gardant un contact direct avec le client. La pandémie a montré que les réservations via des portails anonymes laissaient de nombreux clients sans contact personnel dans des situations difficiles. En plus du conseil traditionnel en agence, Travel Group Luxembourg proposera ainsi de plus en plus de solutions virtuelles et mobiles pour un conseil personnalisé facilité. —



JOURS PRO

JUSQU'AU 30 JUIN



CITROËN BERLINGO VAN

CITROËN JUMPY

CITROËN JUMPER

CITROËN PRO

50%
SUR LES OPTIONS⁽¹⁾

JUSQU'À **14.200€**
D'AVANTAGES⁽²⁾

**100 ANS
D'INNOVATIONS
POUR LES PROS.**

BERLINGO VAN : 5,1 - 7,8L/100 KM @ 133 - 177 G CO₂/KM (WLTP)

JUMPY : 6,0 - 8,0L/100 KM @ 159 - 210 G CO₂/KM (WLTP)

JUMPER : 8,1 - 14,8L/100 KM @ 212 - 387 G CO₂/KM (WLTP)

business.citroen.lu

DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

Citroën préfère Total. Informations environnementales: citroen.lu. Contactez votre Point de Vente pour toute information relative à la fiscalité de votre véhicule. (1) CITROËN vous offre 50% de remise sur toutes les options. (2) Avantage maximum, toutes remises comprises y compris les remises conditionnelles suivantes : prime EcoTech⁽³⁾, la prime à l'immatriculation de 250€ HTVA, sous réserve du stock et la prime de financement PSA de 500€ (plus d'information en point de vente), valable à l'achat d'un nouveau CITROËN Jumper 4-40 L4 Driver 2.2 BlueHDi 165 S&S BVM6. L'avantage maximum peut varier selon les modèles et les finitions. (3) CITROËN vous propose une prime EcoTech de 800€ HTVA pour la reprise et le recyclage de votre ancien véhicule à l'achat d'un nouveau CITROËN Jumper utilitaire. Le véhicule doit être complet et immatriculé depuis au moins 6 mois au nom de l'acheteur du nouveau véhicule. Offres réservées aux détenteurs d'un numéro d'entreprise et valable du 01/05/2021 au 30/06/2021 dans la limite des stocks disponibles, plus d'informations sur business.citroen.lu ou dans le réseau Citroën participant. E.R.: Jonathan Vercellino, Citroën Belgique-Luxembourg S.A. (importateur et annonceur), avenue du Bourget 20 - B-1130 Bruxelles. N° d'entreprise: BE0448.813.060, n° IBAN: BE55 4829 0520 2144. Tél.: 0032.2/206.68.00.

— MON JARDIN —

Une succession et une installation à Dippach

Un nouveau chapitre débute pour la jardinerie Mon Jardin.

Double changement pour la société familiale qui, après avoir été domiciliée pendant plus de 40 ans à Schiffflange, a déménagé à Dippach au mois de mars dernier. Sur ce nouveau site, Mon Jardin reprend aussi les infrastructures de l'entreprise Pépinières & Paysagiste Jean-Paul Krämer. La question de la succession s'est posée dans les deux sociétés, qui finalement ont fusionné leur savoir-faire. Joé Hoffmann, 25 ans, petit-fils d'Aloyse Hoffmann et Louise Calmes, fondateurs de Mon Jardin, a repris les rênes de l'entreprise. Le nouveau propriétaire a récemment obtenu son *Master of Science in Civil Engineering* à l'École polytechnique fédérale de Zurich. Dans le cadre de sa formation, il a passé un semestre à Singapour, puis est parti à Bâle, Hambourg et Cologne. Il a grandi dans l'entreprise de jardinage de son grand-père, et reprendre la société familiale était pour lui une évidence. Sur une superficie de 1,8 hectare, les clients peuvent découvrir sur le nouveau site ce qui a fait le succès de Mon Jardin. Les plantes sont toujours au cœur de la philosophie de l'entreprise qui propose tous les services tournant autour des différentes étapes de l'aménagement paysager, avec une spécialisation : les piscines biologiques. —



Banque Raiffeisen Cartes de paiement écologiques

Afin de répondre aux besoins financiers de ses clients, mais aussi à leurs attentes en matière de respect climatique et environnemental, la Banque Raiffeisen propose désormais au Luxembourg des cartes Visa durables permettant de planter des arbres. Depuis le mois de mars 2021, en utilisant ces nouvelles cartes, les clients et membres de Raiffeisen participent sur le long terme et de manière concrète à l'effort de reboisement des forêts au

Luxembourg et au Bangladesh. Pour chaque 200^e transaction effectuée par le client au moyen de l'une de ces nouvelles cartes de crédit Visa, Banque Raiffeisen s'engage, en partenariat avec la Fondation *Hëllef fir d'Natur* de *natur&emwelt* et l'ONG *Friendship Luxembourg* - à planter un arbre. L'objectif est ambitieux : planter au minimum 15.000 arbres chaque année au Luxembourg et au Bangladesh, dans des mangroves vitales. Cette initiative permet à Raiffeisen d'apporter une contribution écologique au Luxembourg, sans pour autant négliger la problématique globale.

— GROUPE OIKOPOLIS —

Certifié pour la troisième fois !

Le groupe OIKOPOLIS très sensible au bien commun, vient, dans ce cadre, d'être certifié pour la troisième fois *Gemeinwohl-Zertifizierung*.

Dans un contexte où les exigences socio-environnementales deviennent de plus en plus importantes pour les acteurs économiques, au-delà de la simple rentabilité financière, les rapports RSE et les rapports de durabilité des entreprises sont omniprésents. Dans un cadre strictement juridique, les entreprises devront bientôt respecter des règles plus strictes, comme dans le cas de la loi sur la chaîne d'approvisionnement. Sensible depuis sa création à ces problématiques environnementales, le Groupe Oikopolis vient à nouveau de passer avec succès sa troisième certification de bien commun (*Gemeinwohl-Zertifizierung*). Celle-ci salue les entreprises qui suivent un modèle qui considère l'économie comme un moyen de satisfaire les besoins humains avant tout et non comme un instrument permettant de maximiser les profits au détriment des autres acteurs de la société. Les aspects environnementaux et sociaux sont évalués tout au long de la chaîne de valeur. Cela inclut des considérations telles que la dignité humaine, la transparence et la solidarité/équité. Pour sa nouvelle certification Oikopolis a obtenu un résultat exceptionnellement haut car l'orientation écologique de l'entreprise ne se limite pas seulement à la fourniture de marchandises certifiées biologiques, mais comprend également

l'optimisation d'installations telles que les équipements de réfrigération ou l'électrification du parc de véhicules, qui ont été particulièrement soulignés dans le rapport d'audit. En outre, les discussions autour de tables rondes regroupant tous les acteurs du groupe et pratiquées depuis sa création, ont été qualifiées d'exemplaires, car tous les représentants de la chaîne de valeur déterminent ensemble leurs conditions commerciales contractuelles et se soutiennent mutuellement de manière solidaire. Le groupe a également créé le label *fair&associative*, pour ouvrir la voie à d'autres entreprises afin qu'elles adoptent une approche commerciale fondée sur des valeurs semblables. —



Goodyear Luxembourg 19.097 euros pour SOS Villages d'Enfants Monde

Depuis 18 ans, Goodyear Luxembourg est engagé aux côtés de SOS Villages d'Enfants Monde. Chaque année, l'entreprise organise différentes actions pour récolter des fonds. Pandémie oblige, fin 2020 les ventes aux enchères destinées au personnel et à certains partenaires ont été organisées de manière digitale. Les ventes ont permis de collecter 19.097 euros pour le Programme d'Accompagnement des Communautés pour la Protection de l'Enfant (PACOPE) près de Dakar



au Sénégal, où les conditions de vie se sont fortement dégradées, notamment à cause de la pandémie et de conditions climatiques difficiles.

BESOIN D'AIDE(S) pour surmonter la crise ?

« *Nous sommes confrontés à une situation difficile suite à la fermeture du secteur de l'HORECA, mais les aides mises en place nous permettent de couvrir nos frais en attendant la relance du secteur.* »

Estelle Sidoni

Gérante du Restaurant La Maison Lefèvre

Vous êtes entrepreneur dans un des secteurs vulnérables ? Vous avez besoin de conseil et d'aide dans vos démarches ? Renseignez-vous et faites votre demande auprès de la Direction générale des classes moyennes via MyGuichet.lu !

La House of Entrepreneurship vous accompagne !

 **HELPLINE (+ 352) 42 39 39 600** covid19@houseofentrepreneurship.lu www.cc.lu/covid19



Creos

Portail pensé pour les clients

Creos a lancé un portail client pour toute demande de raccordement. Accessible via le site Internet *creos.net* ou directement via l'adresse *mycreos.net*, le portail myCreos a pour but d'améliorer l'expérience clients en offrant des démarches administratives simplifiées, des informations faciles à comprendre et des prestations rapides, en ligne. L'espace myCreos propose quatre services de base. Le premier concerne tout type de demande de raccordement en électricité basse tension et/ou en gaz, que ce soit pour un nouveau raccordement, un raccordement de chantier, un raccordement temporaire (festivités, manifestation...), une modification ou une suppression de raccordement, le raccordement d'un équipement de production autonome (panneaux photovoltaïques...) ou le raccordement d'une borne de charge à domicile pour voitures électriques. Les trois autres services sont les demandes d'informations, les réclamations et les données de consommation.

Kirepo/Payconiq

En soutien aux commerces

Entreprise spécialisée dans les solutions digitales depuis 2014, Kirepo s'associe à Payconiq pour offrir un moyen de paiement mobile dans son application digitale myShop. Les utilisateurs de Payconiq et de Digicash by Payconiq pourront également payer via leurs mobiles sur tous les supports de Kirepo, y compris les systèmes de caisse enregistreuse, les solutions de commerce électronique et les applications individuelles. Avec myShop, Kirepo offre une solution clé en main aux commerçants pour mettre en place des services de *drive in*, *delivery* ou de *pickup* de la manière la plus simple possible.

Rcarré

20 ans de services informatiques

La société luxembourgeoise d'informatique Rcarré a eu 20 ans en février 2021. À ses débuts, la société proposait uniquement la vente, l'installation et le support de matériel informatique. 20 ans plus tard, installée à Capellen, elle offre toute une panoplie de solutions afin d'assurer la continuité des opérations IT de ses clients, leur permettant de se consacrer à leur cœur de métier. Au fil des ans, les services cloud, de gouvernance IT, de sécurité informatique, de téléphonie sur IP, de *sourcing* d'experts IT, de mobilité, ou encore les services d'ingénierie informatique sont venus étoffer l'offre de la société. Rcarré emploie aujourd'hui près de 130 salariés dans ce qui est devenu un véritable groupe, riche de 5 entités spécialisées et 2 bureaux à l'étranger (France, Belgique).

HLD Europe/Photonis

Acquisition européenne

La holding luxembourgeoise HLD mise sur les technologies de pointe européennes en investissant dans l'expert en optronique Photonis, leader mondial sur son marché. Photonis est une société de haute technologie, ayant 80 ans d'expérience dans la conception et la fabrication de composants électro-optiques et de capteurs de haute précision. La société est particulièrement connue pour la fabrication de tubes amplificateurs de lumières destinés aux jumelles de vision nocturne, qui équipent les forces armées de nombreux pays. Avec un chiffre d'affaires d'environ 150 millions d'euros en 2020 et près de 1.000 collaborateurs, ce leader mondial, seul acteur européen, est présent dans plus de 50 pays. Avec l'appui de son nouvel actionnaire, Photonis poursuivra sa démarche d'innovation technologique et de développement de nouvelles applications.



— VOYAGES EMILE WEBER —

Et si on louait un camping-car!

L'entreprise familiale de voyages Emile Weber, basée à Canach, se développe et diversifie son offre. Après le lancement, en début d'année, du TravelCenter, son nouveau concept d'agence de voyages à distance, elle loue désormais des camping-cars via son offre WebCamper.

La flotte de WebCamper se compose d'un grand choix de modèles récents de camping-cars, de différentes tailles et niveaux d'équipement. Du camping-car compact pour les aventuriers spontanés au camping-car spacieux et confortable pour toute la famille, WebCamper offre un large choix de véhicules adaptés aux besoins et au style de voyage de chacun. Chaque véhicule est parfaitement équipé pour pouvoir partir en vacances l'esprit tranquille. L'ensemble des ustensiles nécessaires ainsi que le nettoyage complet au retour sont inclus dans le prix de base. Différents forfaits supplémentaires tels que Barbecue, Outdoor (avec table, chaises et chaises longues pliantes) ou encore le forfait Vélo (avec porte-vélos) sont disponibles, afin que les clients puissent bénéficier de tous les avantages d'un séjour de camping sans devoir se soucier de ce type d'équipement. Les clients qui souhaitent partir en compagnie de leur ami à quatre pattes, pourront également trouver des modèles de camping-cars adaptés.

De plus, pour que les clients puissent profiter de leur voyage sans avoir à le planifier, une équipe compétente a sélectionné des circuits soigneusement élaborés. Les clients ayant des idées spécifiques auront la possibilité de créer leur propre itinéraire sur mesure, avec l'aide des experts Emile Weber, tandis que les clients souhaitant voyager avec d'autres amateurs de camping pourront opter pour les voyages organisés en groupe, permettant de découvrir les plus beaux endroits d'Europe en compagnie d'un guide expérimenté.

■ Plus d'informations : www.webcamper.lu





EMILEFRISCH



Iwwerall
ënnerwee

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



Cargolux Soutien à l'Unicef

Cargolux participe à l'Initiative de fret aérien humanitaire de l'UNICEF pour transporter les fournitures médicales et pharmaceutiques essentielles là où elles sont le plus nécessaires. Le projet vise à donner la priorité à la livraison de produits de santé vitaux, y compris les vaccins COVID-19, pour enrayer la pandémie mondiale.

La société s'engage à jouer son rôle en fournissant des solutions pour des transports médicaux et de secours rapides et fluides. Comme démontré au plus fort de la pandémie, Cargolux s'efforce de maintenir l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement des fournitures essentielles. La participation à de telles initiatives fait partie de la philosophie de la compagnie aérienne, une position renforcée en ces temps sans précédent.

Adwire L'agence du e-commerce

Digitalisation, industrie 4.0, intelligence artificielle, crise sanitaire mondiale... ces bouleversements engendrent une révolution technologique qui touche toutes les entreprises, peu importe leur taille ou leur secteur. Le besoin de retour sur investissement a toujours été une réalité pour les entreprises, garantissant pérennité et croissance. Suivant cette même logique, la performance publicitaire est une nécessité. C'est dans cet esprit d'efficacité que la nouvelle agence Adwire a été créée. Elle consacre toute son énergie à transformer les e-commerces en machines de ventes plus performantes afin qu'ils atteignent leurs objectifs, optimisent leurs budgets publicitaires et mesurent l'impact de leurs campagnes.

■ Plus d'informations :
www.adwire.lu

Immotop Un clic pour un rendez-vous

Immotop.lu offre la possibilité de prendre rendez-vous pour une visite immobilière directement depuis ses annonces. Le site est le premier au Luxembourg à proposer un système de planification de visites. Les internautes pourront programmer et gérer leurs visites auprès de plus de 500 agences immobilières sur un seul et même site. Covid oblige, *Immotop.lu* souhaite digitaliser davantage le parcours de l'internaute, de sa recherche immobilière jusqu'à la visite du bien. Désormais les démarches sont centralisées et la prise de rendez-vous est possible directement en ligne pour une visite sur place ou à distance.

■ Plus d'informations :
www.immotop.lu

Cactus Lutte contre le cancer

Conscient de sa responsabilité sociale et déterminé à vouloir aider, Cactus soutient activement de nombreuses ONG au Luxembourg, dont la Fondation Cancer. Celle-ci œuvre depuis plus de 25 ans dans le domaine de la lutte contre le cancer. Ses missions sont la prévention, l'aide aux patients ainsi qu'à leurs proches et le financement de projets de recherche. Partenaire de longue date de la fondation et soucieux de favoriser une alimentation équilibrée, le groupe Cactus a participé activement à la Journée mondiale contre le cancer du 4 février 2021. L'enseigne s'est engagée à reverser 2,50 euros par client ayant acheté au moins 5 références de fruits ou légumes au cours de cette journée symbolique. Grâce à l'engagement de ses clients, le groupe Cactus a pu remettre le 11 février 2021, un chèque de 15.000 euros à la Fondation Cancer.



— CHATEAU D'URSPELT —

Plongée dans le bien-être

En partenariat avec la marque cosmétique parisienne NUXE®, le Château d'Urspelt propose désormais une nouvelle expérience immersive en exclusivité au Luxembourg.

Le Château d'Urspelt propose depuis fin 2020, dans ses murs, un espace SPA, imaginé en collaboration avec la marque française NUXE Spa®. La proposition qu'ils ont élaborée est unique au Luxembourg. Aménagé sur plus de 800 mètres carrés, le SPA offre des installations complètes dédiées au bien-être et à la détente, en sus des espaces consacrés aux soins et traitements. Aux côtés des traditionnels saunas, hammams et autres bains bouillonnants, certains équipements prévus marquent par leur originalité, tel le bassin de flottaison en isolation sensorielle permettant une relaxation maximale. La très spectaculaire piscine intérieure, dont la décoration sur le thème de la caverne a demandé à elle seule plus de 3.000 heures de travail, vaut le détour et constitue une excellente raison de se rendre dans le nord du Luxembourg.

Entièrement réalisée en 2020, cette construction a été particulièrement étudiée pour devancer les attentes et préférences futures des voyageurs dans une industrie touristique post Covid-19. Une attention particulière a donc été accordée à l'intimité des visiteurs, par la multiplication des installations offrant une utilisation privative mais également par l'architecture intérieure présentant de nombreux recoins pleins de quiétude, que ce soit dans l'eau ou les pieds au sec. Accessible aux résidents du Château d'Urspelt, le NUXE Spa®, ouvert tous les jours de 8h à 20h, est également à la disposition des visiteurs non-résidents, sur réservation de soins. —

■ Informations et réservations :
www.chateau-urspelt.lu et info@chateau-urspelt.lu



Sponsors principaux :



13^e édition

Mam Vélo op d'Schaff

15 mai - 31 juillet
2021

mvos.lu

#mvos2021
#mvos365

Organisé par :



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Mobilité
et des Travaux publics

Partenaires :



La banque des entrepreneurs

depuis 1856

Bon temps ou mauvais temps, la BIL est à vos côtés depuis 1856 et propose des solutions adaptées à chaque étape du cycle de votre entreprise. Découvrez-les sur www.bil.com/entreprises ou contactez directement votre Responsable de relation BIL.





Telindus / Ledger Enterprise Solutions New partnership

The digital assets market is growing rapidly. Bonds and real estate are being tokenized on public blockchains and industries have started to introduce blockchain to control the quality and authenticity of goods during the manufacturing process across the supply chain. The question asked by all now: how to secure digital assets that can be worth millions or billions of euros? Because when one loses the private key of an asset, the asset is also lost. Telindus has entered into agreement with Ledger Enterprise Solutions to launch a digital assets custody solution for the Luxembourg financial industry and to provide the Luxembourg financial market with the best of world technology.

Payconiq International Available for PPRO partners in Belgium

Payconiq International and PPRO launched a partnership to provide international e-commerce merchants with a convenient payment method applicable across Belgium, the Netherlands, and Luxembourg. The collaboration will simplify the boarding process, facilitate access to an innovative mobile payment method, and unlock further developments in terms of value-added services. PPRO, the leading provider of local payments infrastructure, has added popular Benelux payment method Payconiq to its portfolio to offer a best-in-class coverage of the region. This move by the two payment solution experts will empower thousands of businesses to unlock their full earning potential. In addition, millions of users in the Benelux region will be able to pay easily and safely, with Payconiq-powered apps, for their shopping online.

Safenetpay / Banking Circle Forces joined

One stop business payment solution provider, Safenetpay, has joined forces with Luxembourg based ground-breaking payments specialist, Banking Circle, to further enhance its cross border payment offering. Utilising Banking Circle's multi-currency accounts, SEPA and SWIFT transactions solutions and foreign exchange (FX) capabilities, Safenetpay's business customers can now access additional currencies, competitive FX rates and quick, reliable transactions within SEPA. Partnering with Banking Circle will allow Safenetpay to serve a wider range of customers, whilst providing additional support to existing customers looking to expand into new markets. Crucially, for Safenetpay, it can extend its service offering without the usual investment required.

Kleos On track for a mid-2021 SpaceX launch

Kleos Space S.A. (ASX:KSS, Frankfurt:KS1), a space-powered Radio Frequency Reconnaissance data-as-a-service (DaaS) company, confirmed that the development of its second satellite cluster, the Polar Vigilance Mission (KSF1), is on track for a mid-2021 SpaceX launch after successfully completing Integration Readiness Review, and the satellites start the build process with satellite builder ISISPACE. The four Polar Vigilance nanosatellites are in the assembly and testing phase in preparation for final acceptance. Kleos' satellites will then be delivered to the launch site for integration into the SpaceX Falcon 9 launch vehicle. The KSF1 Polar Vigilance Mission satellites are scheduled for a mid-2021 launch onboard a SpaceX Falcon 9, under a rideshare contract with Spaceflight Inc.



— LUXAVIATION GROUP —

Corporate sustainability as a cornerstone of Luxaviation

**Luxembourg - Luxaviation Group,
one of the largest business aircraft and
helicopter operators worldwide, announced
that it is reinforcing their corporate
sustainability strategy further.**

In 2007, the Luxaviation Group became one of the first private jet operators to offer a carbon offset programme by partnering up with MyClimate. Since then, the group has implemented multiple initiatives to reduce its impact on the environment, such as electrified ramp vehicles, exploring sustainable aviation fuel (SAF) procurement opportunities and digitalising processes to reduce paper waste. In addition, to address the social dimension of corporate sustainability, Luxaviation follows a comprehensive management approach that promotes diversity of gender, demography and nationality, and is embodying a family-aware corporate culture. Going forward, Luxaviation will adopt an open book policy and publish a yearly sustainability report to share its progress with its clients, employees and stakeholders. Luxaviation is supporting the first ever Business Aviation SAF Summit (EBAA), held virtually on 20 April, and is proud to have Nicolas Kroll, Head of Sustainability for Luxaviation, on the panel to discuss the broad adoption of SAF as described in the Business Aviation Commitment on Climate Change. Indeed, expressly underlining the role of sustainability as a cornerstone of the Luxaviation Group, the company appointed a Head of Sustainability to position sustainability as an integral part of the groups' corporate strategy. —



YOUR NEW
SECURITY PARTNER
IN LUXEMBOURG

| PROTECTIONUNIT.LU

PROTECTION
UNIT
EXPERT IN SERENITY

G-Core Labs Support for startups

G-Core Labs, an international provider of cloud and edge solutions, has launched a support programme for promising IT startups. Programme participants will get infrastructure grants worth up to USD 25,000. Developers of online services, web applications and games can apply to participate in the programme. Selected startups will receive grants of USD 1,000, USD 7,500 or USD 25,000 depending on the size of the company. With these funds, they will be able to pay for G-Core Labs services for two years, including CDN, streaming platform, DDoS protection, as well as a set of cloud services, including virtual machines with a built-in load balancer, bare metal servers, AI platform, disaster recovery services etc. Startups will also get assistance in migration and free consultations of engineers and architects of G-Core Labs. Only products already launched with first clients are eligible to receive a grant.

■ More info: www.gcorelabs.com

Telindus Automated verification

The current health crisis forces many businesses to boost their online presence. This, combined with the pre-existing trend towards digital transformation, leads to an increased need for faster, better identity and transaction authentication management. To address this challenge and building on the success of its KYC (Know Your Customer) product, Telindus has developed a KYT (Know Your Transaction) solution that helps to detect fraudulent transactions.

While KYC covers the complete customer profiling, KYT focusses on data-centric information about the transactions conducted by those customers. The aim of KYT is to identify transactions and their underlying unusual behaviours to detect financial crime, notably money laundering or fraud. The Telindus' automated identity and transaction verification solution brings easier compliance and increased productivity.

— ARCELORMITTAL —

Producing carbon neutral steel

In March 2021, ArcelorMittal announced the launch of its first three XCarb™ initiatives, as part of the company's journey to deliver on its 2050 net zero commitment.



XCarb™ will ultimately bring together all of ArcelorMittal's reduced, low and zero-carbon products and steelmaking activities, as well as wider initiatives and green innovation projects, into a single effort focused on achieving demonstrable progress towards carbon neutral steel. At the moment, there are three first XCarb™ branded initiatives.

XCarb™ green steel certificates aim to reduce carbon emissions from the blast furnace. These initiatives range from Smart Carbon projects to capturing hydrogen-rich waste gases from the steelmaking process and injecting them into the blast furnace to reduce coal use. These effort-intensive investments result in considerable CO₂ savings. *XCarb™ recycled and renewably produced* has been designed for products made via the Electric Arc Furnace ('EAF') route using scrap steel. Recycled and renewably produced means that the physical steel was made with recycled material (scrap) using renewable electricity, giving it an extremely low CO₂ footprint. Finally, the *XCarb™ innovation fund* will invest up to USD 100 million annually in groundbreaking companies developing pioneering or breakthrough technologies that will accelerate the steel industry's transition to carbon neutral steelmaking. Aditya Mittal, CEO, said, 'climate change is an overwhelming societal priority. At ArcelorMittal, we have an important role to play in helping society deliver the objectives of the Paris Agreement and are determined to lead our industry's transition to carbon neutral steel.' —

— SCORECHAIN —

Academy officially launched

With increasing usage and business opportunities for many industries, worldwide regulators have started to include virtual assets under the scope of anti-money laundering and counter-terrorism financing laws. In this context, Scorechain is launching an academy to answer the market's needs and to help the cryptocurrency compliance community prepare for the evolution in the finance sector.

Scorechain Academy is a programme that aims to develop and certify the crypto Risk-AML expertise of professionals. After a decade of development, cryptocurrencies and digital assets are closer than ever to the mainstream of the finance world, especially with the surging interest from institutional investors, such as Tesla, PayPal, and famous wealthy hedge-fund managers, etc. Scorechain Academy will help its candidates to build their knowledge and to gain professional skills in crypto compliance with the goal of being well equipped to keep pace with the growing opportunities. The academy's programme is open both for Scorechain customers and for professionals such as compliance officers in crypto businesses or financial institutions that need to integrate crypto AML and implement a risk-based approach in their activities, consultants that want to provide

Scorechain integration and crypto compliance consultancy, or regulators that plan to use Scorechain Blockchain analytical tools to assist with their supervision.

At the end of the training process and after having passed a final exam, the certificate will be valid for one year. One year after the 1st certificate, the Scorechain team will contact the candidates for a refreshment test to make sure that they still maintain the same level as before.

Scorechain is a Risk-AML software provider for cryptocurrencies and digital assets. As a European leader in crypto compliance since 2015, the Luxembourgish company serves worldwide customers in 33 different countries. —

■ More info: contact@scorechain.com

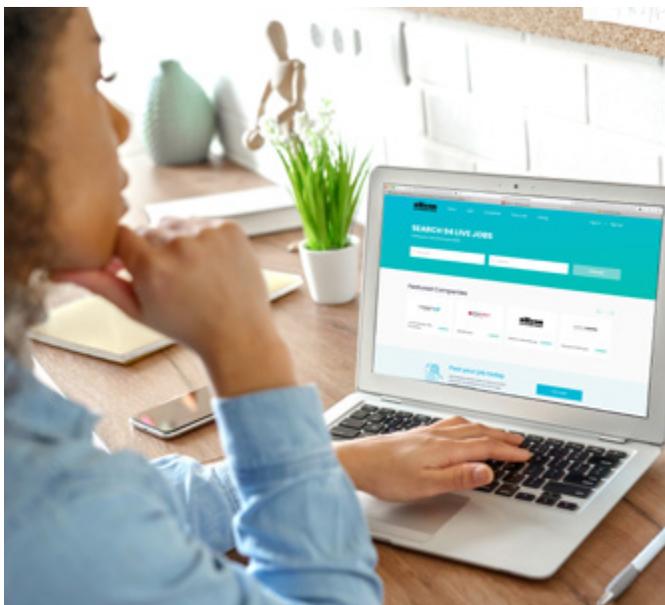
— SILICON LUXEMBOURG —

A brand new job portal

Startups and tech companies now have a new dedicated job portal to publish their career opportunities. Silicon Luxembourg, the B2B media for startup news and digital stories integrates automated tools for publishing and managing job offers.

Since the beginning of the year, recovery has gained steam for young innovative companies, as evidenced by the growing number of job offers available. Whilst a number of startups have suffered or are disappearing, some are faring well. More mature ones have even accelerated their growth. Added to this are those who decided to embark on the great adventure of entrepreneurship. Facilitating the publication of job offers has therefore become a priority for Silicon Luxembourg, eager to strengthen its presence on the tech and digital market in general. In terms of formulae, several offers have been designed for companies, starting with the simple publication of job offers either individually or in packs of 5 or 10 offers per year. New tools help analyse the audience and number of applications generated. The 'Featured Jobs' category and 'Featured Companies' category is also being introduced to offer recruiters new options for highlighting themselves. However, the portal is not open to recruitment companies, staffing companies or IT services companies. Silicon Luxembourg's editorial team is available to help companies create an attractive profile. New job offers are relayed in the weekly newsletter and sent to more than 6,000 contacts. Since its launch in October 2013, Silicon Luxembourg has positioned itself as the startup media and community of choice in the Grand Duchy of Luxembourg. Today, Silicon Luxembourg is expanding its audience by covering the digital ecosystem in the broadest sense. The job portal is one of the cornerstones of this new strategy. —

■ More info: <https://jobs.siliconluxembourg.lu>



Photos: BIL



Ceratizit Group Plansee Group becomes majority shareholder

The Plansee Group, headquartered in Austria, now holds the majority interest in Ceratizit, a Luxembourg company that specialises in the production of carbide tools. This is the largest transaction in the company's history. Essential elements in this process include the clearly positioned divisions of Plansee high performance materials (products made of molybdenum and tungsten metals) and Ceratizit (tungsten carbide tools), as well as safeguarding the long-term supply of raw materials. Ceratizit was created in 2002 as the result of a merger between the Austrian company Plansee Tizit and the Luxembourg company Cerametel. Ceratizit has tripled its sales volume since the merger and evolved into a leading company in the hard metal industry.

Bil/Candriam Development of ESG services

To enhance its range of investment products and services that incorporate environmental, social and governance (ESG) criteria, *Banque Internationale à Luxembourg* (BIL) has announced a strategic partnership with Candriam, a global multi-specialist asset manager and recognised leader in the field of sustainable investing. With better visibility over, and a greater ability to measure, ESG factors, BIL will be perfectly equipped to reflect them in its investment decisions and in the products and services that it offers its clients.

Planet/Cybersource Digital payment simplified

Payments company Planet has partnered with Cybersource, Visa's global payment management platform, to launch a new digital payments platform for European merchants. The new service will deliver solutions to merchants across hospitality, food and beverage and retail sectors to simplify complex digital payments. With a wide choice of payment options, consumers can pay in their preferred method and currency wherever they are in the world. Established integrations with leading eCommerce platforms ensure that merchants can connect their existing commerce system with minimal web development effort.

BauHeem A new all-in-one insurance

Allia Insurance Brokers, with its partners Bâloise Luxembourg, CFPD and Trustbuild by SECO, have launched an innovative, new and entirely online product for risk analysis and insurance of construction or renovation sites: BauHeem, a simple, clear and fast product to launch a project with complete peace of mind. With BauHeem, project owners are, firstly, assisted in the analysis of the risks associated with their project by means of an online template defining the risk in a standardised manner, with recommendations from Trustbuild, since this is included in the service. They also cover their construction projects with all risks construction insurance and decennial liability, to get the necessary peace of mind when embarking on such projects. On the dedicated platform, the private individual or developer wishing to insure a construction site must answer a series of questions which enable them to obtain an insurance rate and subscribe online in just a few minutes.

Institutional News



Stephan Peters
President, Luxembourg
Business Angel Network

'We help entrepreneurs and angel investors connect through a structured process.'

What's special about business angels?

Being an entrepreneur is not easy. It takes hard work, long hours and getting used to hearing 'no' all the time. It requires a strong belief in your idea and your abilities. Business angels know this from their own experience. Many of us have walked the entrepreneurial path with successes and failures along the way. That's the true value of an angel investor for your startup.

How does LBAN benefit both entrepreneurs and investors?

Surprisingly enough, many entrepreneurs struggle to identify who is a business angel. Unlike venture capitalists, many business angels do not proclaim their investing activity very loudly. Most are busy leading their own companies and pursue angel investing on the side.

Even after an entrepreneur has made contact with a potential investor, it is difficult to stand out and retain that attention. Angels receive hundreds of proposals every year and will decide to back only a handful, typically in industries they know really well.

At LBAN, we help entrepreneurs and angel investors connect through a structured process. We have a dedicated committee of volunteer members with diverse industry backgrounds who screen the investment proposals and provide meaningful feedback to the entrepreneurs. This also allows our community to diversify their portfolio beyond the industries they feel comfortable investing in.

Why is it important to have an active community of business angels in Luxembourg?

We believe that investing in startups creates jobs, fosters innovation, and strengthens Luxembourg as a hub in the knowledge economy. As private investors, we amplify the efforts of Luxembourg's innovation initiatives to make the country an attractive place to grow and scale transformative businesses.

— LUXEMBOURG BUSINESS ANGEL NETWORK (LBAN) —

We give you wings to fly!

LBAN strives to unlock the potential of private investors and help entrepreneurs thrive in Luxembourg and beyond.

Established in 2011, Luxembourg Business Angel Network (LBAN) is a private investor network and community of over one hundred high net worth individuals, business leaders, and professional investors. Anyone looking to invest or already investing directly in small and medium enterprises can join the network.

Members share investment opportunities, leverage each other's contacts and support each other with industry expertise. LBAN helps angel investors to find and connect with startups, to manage their deal flow, and to learn best practices for early-stage investing during monthly training sessions.

In a typical year, LBAN's members invest over EUR 6 million in companies based in Luxembourg and abroad. LBAN investors also bring a lot of non-monetary value to young companies. They actively support

their portfolio companies with expert knowledge and business contacts to help them thrive.

Startups in the Greater Region with products and services ready for early-stage investment can apply to LBAN year-round. Once a startup submits their materials, all LBAN members can review them. The community decides whether to invite the startup to present during one of the monthly pitching sessions.

This year marks LBAN's tenth anniversary. The network has new members each year and continues to improve the service offering to address the changing needs of business angels. LBAN is now an integral part of the entrepreneurial ecosystem in Luxembourg with strong links to incubators, accelerators, VC funds, and corporates. —

■ More information:
info@lban.lu and www.lban.lu.



— IMS —

Eliminating single-use plastic in companies

In September 2018, on the occasion of the Luxembourg CEO Sustainability Club's annual dinner, IMS called on the executives present to sign the Zero Single-Use Plastic Manifesto. The objective: eliminate single-use plastic from their organisation by the end of 2020.

During the two years of the project, more joined the movement, eventually reaching 74 signatory companies of all sizes and sectors determined to eliminate single-use plastic from their workplace. Collectively, they avoid around 160 tonnes of single-use plastic waste each year. With the Zero Single-Use Plastic Transition Kit, IMS supports companies to eliminate single-use plastic from everyday business life. This tool evaluates different alternatives to understand their characteristics and compare them on nine consumer goods (plates and food containers, cutlery, bottles, cups, straws, spoons, food packaging, bags and balloons). The publication also features

testimonials from organisations that have already implemented some of these alternatives. It allows everyone to benefit from their feedback. The kit will evolve over the years as new alternatives become available. To go further, and produced on the occasion of the Luxembourg Sustainability Forum 2019, in physical format for IMS members, an exhibition is also available for all in digital format. The exhibition dedicated to plastic pollution informs and raises awareness on the social and environmental issues related to consumption choices based on single-use plastic. —

■ More info: imslux.lu



— LHOFT FOUNDATION —

Catapult: Two acceleration programmes

The LHoFT Foundation launched new brand Catapult: A series of fintech development programmes to push venture to new heights.

Catapult is a series of fintech development programmes produced in-house by the LHoFT Foundation, Luxembourg's dedicated fintech hub to drive technology innovation in Luxembourg, connecting the domestic and international fintech community. Catapult has been developed in collaboration with the Ministry of the Economy and the Ministry of Foreign and European Affairs' Directorate for Development Cooperation and Humanitarian Affairs, and is supported by key strategic partners. In 2021, the LHoFT Foundation will run two acceleration programmes. Catapult: Inclusion Africa 2021 is the 3rd edition of the programme and is funded by Luxembourg's

Development Cooperation. Based on the belief that entrepreneurship and financial services can improve lives around the world, the programme, which is technology agnostic, targets fintech companies focusing on financial inclusion in Africa, building bridges between Africa and Europe, and is very much aligned with the sustainability goals of Luxembourg's finance centre. The programme aims to support fifteen game-changing inclusive finance ventures. After two bootcamps, Catapult: Inclusion Africa, includes an active community of 24 alumni companies, half of which have raised funds or concluded major strategic partnerships following

the programme. The Catapult: Inclusion Africa Bootcamp in May 2021 will be followed by an in-person condensed 3-day Catapult: Inclusion Africa programme in early December 2021, at the Luxembourg Pavilion of the World Expo in Dubai, with the winner of the May 2021 edition. The second programme, Catapult: Kickstarter 2021 is a brand-new programme developed by the LHoFT Foundation in collaboration with the Ministry of the Economy. Targeting ten fintech startups from around the world with the shared aim to shape the future of financial services, Catapult: Kickstarter will support fintech firms that provide tools to traditional financial

services firms to digitalise their businesses (B2B) or develop new and improved services direct to customers (B2C). The programme aims at helping early stage, innovative, fintech entrepreneurs to develop their business models. Five fintechs among the ten selected will receive EUR 50,000 (each) in subsidies from the Luxembourg Ministry of the Economy based on fulfilment of eligibility criteria. Both acceleration programmes are designed to push ventures to new heights, enabling fintech companies to grow, develop, connect, and secure funding. —

■ www.f6s.com/catapult-inclusion-africa-2021
www.f6s.com/catapultkickstarter

Paul Wurth Creation of a Chair in Energy Process Engineering

Paul Wurth, a company of SMS group, and the University of Luxembourg have entered into an agreement to create and finance the *Paul Wurth Chair in Energy Process Engineering*. The chair will be hosted at the University's Faculty of Science, Technology and Medicine (FSTM) in the Department of Engineering. It aims to conduct cutting-edge research in the field of hydrogen processing and related aspects of carbon-neutral industrial processes. The team attached to the chair will also engage in teaching at bachelor, master and doctoral level. The partnership supports Luxembourg's ambition to develop a centre of excellence in fields surrounding the emerging hydrogen economy, to stimulate industrial development in process engineering, and hydrogen and low carbon emission technologies, and to increase the output of skilled engineers.

University of Luxembourg A new Master of Data Science

Starting September 2021, the University of Luxembourg will offer a new Master of Data Science. Based on a multidisciplinary approach, the Master will be hosted at the Faculty of Science, Technology and Medicine (FSTM). The study programme will build on existing synergies between the University's disciplines and two of its research centres, the Luxembourg Centre for Systems Biomedicine and the Centre for Security, Reliability and Trust. Teaching and research activities will be led by renowned academics and researchers from Luxembourg and abroad, who will guide students through the many techniques of data science. In parallel, invited industry experts will help students solve industry-related problems. On the national level, Luxembourg embraces the process of digital transformation, and the Master of Data Science aligns with the country's strategy and ambition to be a digital nation.

■ More info: <http://mads.uni.lu>

— LUXINNOVATION —

GAIA-X launched

On 25 March 2021 Franz Fayot, Minister of the Economy, launched the Luxembourg regional hub of GAIA-X which will be coordinated by Luxinnovation.

Luxinnovation will help all interested public, private and research actors of the Luxembourg data ecosystem to become involved in this European initiative that aims to gather and develop common requirements for a European data infrastructure that is federated, secure and sovereign. The objective of GAIA-X is to develop the foundations of a European federated, open data infrastructure based on European values by gathering the requirements from business, research and the public sector. Regional hubs in participating countries will coordinate the initiative on the national level and facilitate the participation of local players that want to be part of formulating the requirements for making data accessible and interoperable. GAIA-X comprises two main layers: connecting and harmonising necessary infrastructure – cloud systems, connectivity, computing power and so on – and setting up thematic data spaces where use cases in areas such as energy, mobility, finance, health, etc. can be explored taking into account the user and demand perspective. —

— LIST —

Cross-Europe nano-pharmaceutical project Phoenix

A total of 11 project partners from academia and industry located all across Europe have joined forces in a project called Phoenix to create an *Open Innovation Test Bed* for nano-pharmaceuticals, drugs that use nanotechnology.



— ASTEROID DAY —

Be ready on 30 June!

Asteroid Foundation's annual Asteroid Day will return on 30 June.

The theme for this year will be the 25th launch anniversary of NASA's NEAR-Shoemaker spacecraft, and the 2021 launch of three new asteroid missions, NASA's Lucy, NEA Scout and DART – the world's first mission to test an asteroid deflection technique.

This year's programme will include interviews with key personnel from the missions of yesterday and tomorrow. It will explore how technologies have changed, what scientific surprises were waiting on the asteroids, how the goals of the missions have evolved, and what the future has in store for asteroid research and planetary defence. In addition, Asteroid Day's extensive network of volunteers organise thousands of independent events around the world, making it a truly global day of education and awareness. Recent events have included the organisers of Asteroid Day Israel speaking with OSIRIS-REx instrument scientist Dr Amy Simon; and the students on the educational, online peer-to-peer platform iDialogue speaking with cosmonaut and Asteroid Foundation Vice Chair Dumitru-Dorin Prunariu. Asteroid Day has been made possible thanks to partnerships with the Association of Space Explorers, Broadcasting Center Europe (BCE), the B612 Foundation, SES, the European Space Agency, Euro-Composites, OHB Systems, the Luxembourg Chamber of Commerce, the Luxembourg Space Agency, and Twitch. —

■ More info: <https://asteroidday.org>

This project will all be coordinated in the Grand Duchy by the Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST). Phoenix is an innovation project funded by the EU's Horizon2020 Framework Programme and it aims to provide services for the development, characterisation, testing, safety assessment, scale-up, GMP production and commercialisation of nano-pharmaceuticals to the market, making them available to SMEs, startups, research laboratories and interested users. The project is coordinated by LIST and supported by MyBiotech, near Saarbrücken, for scientific coordination. Phoenix will have a duration of 48 months starting on March 2021 with a total budget of EUR 14,450 million and a requested EU contribution of EUR 11.1 million. —

— LUXEMBOURG CITY TOURIST OFFICE —

Coup de pouce à l'association *Kanner Wonsch Luxembourg*

En décembre 2020, le personnel du Luxembourg City Tourist Office (LCTO), a organisé une quête de fin d'année.

Ainsi, des dons d'une valeur de 3.500 euros ont pu être collectés auprès du personnel, du conseil d'administration et des guides touristiques officiels de la Ville de Luxembourg.



Le 20 avril 2021, cette somme a été remise par Tom Bellion, directeur du LCTO, Martine Voss, directrice adjointe et Nico Margue, président, à *Kanner Wonsch Luxembourg*, représentée par Marcel Hagendoorn, président et Elodie Iggiotti, responsable des vœux, devant le LCTO, place Guillaume II. *Kanner Wonsch Luxembourg* est une association qui réalise le vœu le plus cher d'enfants de 3 à 18 ans atteints de maladies graves pour leur donner le courage de combattre leur maladie et leur redonner de l'espoir, de la force et de la joie de vivre, ainsi qu'à leurs familles. Le quotidien de ces enfants est rendu encore plus difficile par la crise sanitaire.

Grâce au don de l'équipe du LCTO, l'association va pouvoir exaucer le vœu de Josué, un petit garçon de 6 ans atteint de leucémie lymphoblastique. Josué, petit dernier d'une fratrie de 4 enfants, adore l'aventure, mais aussi, par-dessus tout, sa famille. Son plus grand vœu est donc de pouvoir vivre une aventure extraordinaire en la compagnie de celle-ci. Pour que son rêve devienne réalité grâce au don du LCTO, *Kanner Wonsch Luxembourg* va organiser tout un week-end ludique pour toute la famille, aux *Escher Bamhaiser*, maisons d'hôtes perchées dans les arbres et nichées en pleine nature, au cœur du parc animalier d'Esch sur Alzette. L'association a concocté un programme bien étoffé englobant transport, logement, repas ainsi que de nombreuses activités sur place. —

— ADEM —

JobBoard ouvert à tous

Le contexte de la crise sanitaire et son impact sur le marché de l'emploi ont poussé l'Agence pour le développement de l'emploi (ADEM) à accélérer sa transformation digitale.

Face à un marché de l'emploi en pleine mutation et marqué par un nombre important de personnes à la recherche de nouvelles opportunités professionnelles, l'ADEM élargit son offre de services digitaux.

Ainsi, depuis le 28 avril 2021, son JobBoard, jusque-là réservé aux demandeurs d'emploi inscrits à l'ADEM, est ouvert à toute personne à la recherche d'un emploi sans aucune formalité préalable. Les personnes non-inscrites à l'ADEM peuvent consulter les offres d'emploi que les entreprises ont décidé de rendre publiques. Les demandeurs d'emploi inscrits à l'ADEM ont, quant à eux, accès à l'ensemble des offres d'emploi (publiques ou non) et bénéficient d'un accès exclusif aux offres pendant les 7 premiers jours de leur publication. Ils sont aussi les seuls à disposer d'un profil de candidat sur le JobBoard, consultable par les employeurs.

Depuis le 28 avril 2021, les entreprises qui déclarent un poste vacant à l'ADEM ont désormais le choix entre une diffusion restreinte (réservée aux demandeurs d'emploi inscrits à l'ADEM et avec une présélection effectuée par un conseiller) ou une diffusion publique permettant une visibilité plus large.

L'objectif affiché est double: permettre plus d'autonomie aux demandeurs d'emploi, aux employeurs ainsi qu'à toute personne en recherche d'emploi qui n'est pas inscrite à l'ADEM ainsi que gagner en transparence sur le marché de l'emploi en multipliant les possibilités de contact entre employeurs et demandeurs d'emploi en proposant la visibilité des opportunités d'emploi à une audience élargie. —



VDL /Éditions PHI Amours et plus si «aphinités»

Le 8^e tome de la collection *aphinités* des Éditions PHI, co-édité par la Ville de Luxembourg, est paru. Après *Jours enfantins au royaume du Luxembourg* en 2010, *En partage. Le Luxembourg d'ici et d'ailleurs* en 2013, *Perdus de vue* en 2016 et *Le Goût du Luxembourg* en 2018, *Premières amours* est la 5^e collaboration entre la Ville de Luxembourg et les Éditions PHI. Chaque ouvrage de la collection *aphinités* comprend des textes d'auteurs invités à se pencher sur un thème bien spécifique. Pour ce 8^e volume de la collection, les écrivains retenus livrent leurs impressions très personnelles sur leurs premières amours, chacun à sa manière et dans la langue de son choix. Les photos des ouvrages sont issues des collections de la Photothèque de la Ville de Luxembourg.

Chômage partiel Soutenir l'employabilité

Le gouvernement a mis en place une nouvelle mesure visant à proposer des formations continues dans le domaine digital à toutes les personnes qui étaient au chômage partiel entre le 1^{er} janvier et le 31 mars 2021. Les bénéficiaires ont reçu à partir du 26 avril 2021, un courrier contenant un code personnalisé qui permet de télécharger, sur le portail *Guichet.lu*, un bon de formation d'une valeur de 500 euros. Les personnes intéressées peuvent choisir entre 240 formations en ligne offertes par 34 centres de formation différenciés. La démarche en ligne pour télécharger le bon de formation est disponible depuis le 3 mai 2021. Elle a été mise en place avec le soutien du Centre des technologies de l'information de l'État.

— CULTURE.LU —

Le portail culturel se réinvente !

Culture.lu, le portail pour les acteurs de la culture au Luxembourg, adopte un nouveau look complètement revu et modernisé.

Le portail affiche son ambition d'attirer un public plus vaste – les acteurs et tous les curieux de culture – avec une offre de contenu considérablement étoffée.

Lancé en 2013 sur initiative du ministère de la Culture, *culture.lu* est un site d'information qui a comme objectif d'encourager, de promouvoir et de diffuser la création artistique et culturelle au Luxembourg et de la rendre ainsi plus accessible à la fois aux acteurs et amateurs de culture. Doté d'une nouvelle charte graphique plus moderne et d'une navigation complètement repensée, le portail propose désormais une expérience utilisateur enrichie avec de nombreuses fonctionnalités inédites. Parallèlement aux offres d'emplois du secteur culturel et des appels aux artistes, le site offre pléthore d'explications sur les différents dispositifs d'aides disponibles au Luxembourg ainsi qu'une section « actualités » développée et présentée sous forme de blog. Également parmi les autres nouveautés, le site propose des articles rédactionnels couvrant l'écosystème culturel du Luxembourg avec ses explorations

artistiques et son développement à l'international ; KulturPur, un podcast bimensuel réalisé en partenariat avec Radio ARA, présentant des acteurs de la culture au Luxembourg sous forme d'entretiens ; des playlists mensuelles mettant en avant la musique « *made in Luxembourg* », réalisées en partenariat avec la radio 100,7 ; une recherche par mots-clés (Tags) et une newsletter repensée et harmonisée au nouveau look du site. La refonte de *culture.lu* intègre également une approche proactive des réseaux sociaux (Facebook et Instagram) afin de renforcer sa notoriété et d'étendre sa portée. La conception graphique a été réalisée par l'agence Cropmark, la réalisation informatique par l'agence web *mesh.lu*. —

■ Plus d'informations : www.culture.lu; pages Facebook <https://www.facebook.com/culture.lu> et Instagram <https://www.instagram.com/culture.lu/>.



— MARKETPLACE —

2020, une année charnière

Depuis son lancement en septembre 2018, Letzshop – marketplace dédiée au commerce local – a su se positionner comme un acteur de référence du commerce en ligne au Luxembourg.

La crise sanitaire et ses implications sur le comportement des consommateurs, ont fait de 2020 une année charnière pour le site.

Initiée par la Direction générale des classes moyennes, la plateforme de vente en ligne *Letzshop.lu* a été lancée en septembre 2018. Elle est gérée par le groupement d'intérêt économique (GIE) Luxembourg for Shopping, qui regroupe la Direction générale des classes moyennes, la Chambre de Commerce, la Confédération luxembourgeoise du commerce, la Ville de Luxembourg ainsi que 17 communes.

En développement permanent, le portail a cependant connu une année 2020 inédite. En effet, lorsque les commerces ont dû fermer leurs portes lors du

confinement lié à la pandémie de Covid, Letzshop a enregistré une croissance fulgurante, aussi bien en termes de nouveaux adhérents que de commandes. Ces ventes ont gardé un niveau élevé lorsque les magasins ont rouvert. Letzshop a ainsi constaté une augmentation de +1.434% de commandes sur son site en 2020 par rapport à 2019. Ceci a conduit à une explosion du chiffre d'affaires réalisé en 2020 de +803% par rapport à 2019 pour le commerce local. De plus, afin de soutenir les commerçants locaux fortement touchés par la crise sanitaire, le ministre des Classes moyennes, Lex

Delles, avait décidé de renoncer aux frais d'inscription pour 2020. Cette action de soutien a été renouvelée en 2021 et a ainsi également contribué au développement spectaculaire de Letzshop. Autre signe encourageant pour l'avenir, parmi les consommateurs qui ont effectué leurs premiers achats sur Letzshop en 2020, nombreux sont restés fidèles au site. Ce phénomène s'explique notamment par la grande variété de produits que les consommateurs trouvent désormais sur Letzshop et qui s'accroît de jour en jour. En tout, quelque 387.870 produits sont en ligne sur *Letzshop.lu*,

dont 2.270 produits «*Made in Luxembourg*» proposés par 72 commerçants locaux. En outre, depuis leur lancement en novembre 2020, 12.274 chèques-cadeaux Letzshop ont été achetés, dont 670 par des clients privés et 11.604 par des professionnels. —

Energie fir haut a muer



Depuis plus de 120 ans, nous sommes actifs dans la fourniture et la distribution de gaz naturel. Notre activité principale a certes toujours été le gaz naturel, mais en tant qu'acteur responsable sur le marché de l'énergie, nous sommes disposés à soutenir la transition énergétique. Dans cette optique, nous avons soutenu plus de 4.000 projets d'économies d'énergie depuis 2015 auprès de nos

clients. En 2018 alors, nous avons mis en place le projet éolien SUDWAND et parallèlement nous développons l'installation et l'exploitation de projets photovoltaïques, afin de produire localement de l'énergie verte. SUDGAZ se trouve en pleine transition et afin de manifester l'expansion de nos activités vis-à-vis de nos clients, de nos partenaires et de nos actionnaires, SUDGAZ devient SUDenergie.

Ensemble, contribuons au développement durable !

sudenergie.lu



regie.lu

INNOVATIVE AND EFFICIENT DIGITAL SOLUTIONS



**TARGETING, STORYTELLING,
SOCIAL MEDIAS, BEHAVIORAL INSIGHTS,
REACH, IMPACT, PERFORMANCE, DATA.**

Regie.lu's new range of digital solutions are delivered via strong Luxembourg news brands, thus providing impact, performance, creativity and efficiency.

WANT MORE INFO? CONTACT US.

regie.lu

T. (+352) 4993 9000 | info@regie.lu | www.regie.lu

— APPRENTISSAGE —

Prise en charge des indemnités de stage dans les secteurs vulnérables

Afin de permettre aux stagiaires de poursuivre ou de terminer leur formation en ayant validé leur stage, le ministère des Classes moyennes va rembourser les frais liés aux indemnités.

Cette année, au vu de la situation sanitaire et socio-économique liée à la crise de la Covid-19, l'organisation de stages en entreprise s'annonce particulièrement difficile dans le cadre de la formation professionnelle initiale. Les entreprises des secteurs vulnérables tels que l'horeca, l'événementiel ou encore le commerce de détail, ne sont pas toujours en mesure de planifier la relance de leurs affaires, ni leurs besoins futurs en personnel. Mais, malgré les incertitudes et les moyens restreints, ces entreprises sont prêtes à accueillir des stagiaires, afin de leur permettre d'acquérir les compétences pratiques, si importantes dans le cadre d'un apprentissage en complément des connaissances théoriques acquises au lycée. Le ministère des Classes moyennes a donc pris la décision de rembourser les frais liés aux indemnités de stages payables aux stagiaires des classes plein-temps de la formation professionnelle, afin de permettre aux stagiaires de valider leur stage, sans pour autant affaiblir davantage la situation financière actuelle des entreprises formatrices. —

■ Plus d'informations et demandes : <https://guichet.public.lu/fr/entreprises/financement-aides/coronavirus/demande-aide-couts-non-couverts.html>



— SOS VILLAGES D'ENFANTS MONDE —

Auchan Retail Luxembourg fait un don de 26.650 euros

La traditionnelle action de rentrée 2020 permettra à SOS Villages d'Enfants Monde d'aider les enfants de la République centrafricaine (RCA).



Alors que 2020 a été une année difficile et que les restrictions sanitaires liées à la Covid-19 ont pesé sur l'organisation des événements solidaires, SOS Villages d'Enfants Monde se réjouit d'avoir pu organiser avec Auchan Retail Luxembourg, partenaire de longue date, sa traditionnelle action de rentrée, placée sous le signe de l'éducation. L'action s'est déroulée en septembre dans les trois hypermarchés Auchan du Luxembourg (Kirchberg, Differdange et Cloche d'Or) et leurs centres commerciaux respectifs. Elle a connu de belles retombées, les clients ayant largement répondu à l'appel à la solidarité lancé en faveur des enfants très vulnérables de la République centrafricaine (RCA). Comme de coutume, les équipes d'Auchan, et en particulier les hôtes de caisse, ont amplement contribué à la réussite de la collecte de fonds, qui a permis de récolter 26.650 euros. —

— MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE —

La formation professionnelle poursuit sa diversification

Afin de donner aux jeunes toutes leurs chances d'avenir et de répondre aux besoins exprimés par le monde économique, l'offre de formations s'adapte et s'élargit.

La formation professionnelle initiale au Luxembourg, ce sont 122 formations aux métiers et professions les plus divers, conçues et mises en place par le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse et les Chambres professionnelles, et dispensées dans les lycées. La rentrée 2021-2022 verra le lancement, l'extension ou la diversification linguistique de plusieurs formations. Pour le e-commerce, la formation de technicien répondant aux besoins croissants en personnel qualifié et spécialisé dans le secteur du commerce électronique est proposée par le Lycée technique de Lallange et le Lycée technique de Bonnevoie. Elle est accessible aux élèves ayant réussi les deux premières années de technicien (4T et 3T) en division administrative et commerciale. Elle dure deux ans. Les cours sont en français. Pour offrir des qualifications encore plus pratiques, la formation d'agriculteur/ouvrier agricole peut se faire désormais au niveau CCP à partir de la rentrée 2021. Proposée par le Lycée technique agricole, elle est accessible après la réussite d'une classe de 5e secondaire, y compris une 5e de préparation. Elle dure trois ans. Les cours sont en allemand.

Les machines et outils de travail motorisés deviennent de plus en plus complexes et performants. Une nouvelle formation spécialisée sur ce genre d'engins a donc été créée : le technicien en mécanique agri-génie civil. Proposée par le Lycée technique agricole, la formation est accessible après la réussite du DAP en mécanique agri-génie civil ou d'un autre DAP du même domaine. Elle dure deux ans. Les cours sont en allemand. À partir de septembre 2021, la formation de mécanicien aux niveaux DAP et technicien est également dispensée en français. La formation de technicien Smart buildings & Energies prend le relais de la formation en équipement énergétique et technique des bâtiments. Proposée par l'Attert-Lycée de Redange, la formation est accessible après une 5G réussie, avec un bon niveau en mathématiques. Elle dure quatre ans. Les cours sont en allemand. En septembre 2019 a démarré la formation de technicien en Smart technologies, d'une durée de quatre ans. Après les deux premières années généralistes, les élèves pourront choisir, pour la rentrée 2021, de nouvelles spécialités. —

■ Plus d'informations : fp.men.lu; st.men.lu; www.mengschoul.lu

luxembourg internet-days

November 16 - 18, 2021

NETWORK SECURITY & CLOUD SECURITY

- November 18 -
FOR FINANCE & INSURANCE

A 3-day Web event by

LU-CIX

More information and registration at
www.luxembourg-internet-days.com

OAI

Markiewicz et Ikenaga pour l'Art in Situ !

L'Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils (OAI), en collaboration avec l'asbl da Vinci et l'asbl Art Contemporain, a lancé en pleine pandémie, une première édition du concours Art in Situ OAI, sous le haut patronage du ministère de la Culture, pour accueillir au siège de l'OAI Forum da Vinci et de manière temporaire une œuvre/installation artistique. Le projet Art in Situ OAI s'inscrit dans une campagne plus large de sensibilisation visant à mieux intégrer de manière créative l'art dans la construction et l'espace public, notamment par le secteur public en application de la législation à ce sujet. 17 candidatures ont été retenues sur 19 dossiers et le jury a unanimement décerné le prix ex æquo aux artistes Filip Markiewicz pour son installation *Klangkörper* (en français : corps de résonance) et Hisae Ikenaga pour son projet *Reproduction d'éléments*.

lifelong-learning.lu

La barre des 10.000 formations passée

Le portail national de la formation tout au long de la vie poursuit sa progression, passant de 6.600 formations référencées en 2015 à 10.000 formations en 2021, soit une croissance de 50 % en 5 ans. En 2015, la plateforme comptait 169 organismes de formation membres, contre plus de 280 recensés à ce jour, soit une augmentation de plus de 60%. Parmi les formations, 1.500 sont proposées à distance. Tous les secteurs d'activité de l'économie sont couverts, avec en tête les formations en langues, informatique, direction d'entreprise et développement personnel et professionnel. Le site renseigne également sur les possibilités d'obtenir un diplôme en formation continue, notamment via l'apprentissage pour adultes ainsi que sur le dispositif de validation des acquis de l'expérience.

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

— E-MISSION WISCONSIN —

Soutenir les startups luxembourgeoises aux USA

À l'occasion de la première mission économique virtuelle organisée avec le Wisconsin, un nouveau programme de soutien à l'internationalisation des startups luxembourgeoises aux USA a été lancé.

En mars, le ministère de l'Économie, en étroite collaboration avec la Chambre de Commerce, la Luxembourg House of Fintech (LHoFT) et le *Wisconsin Economic Development Corporation* (WEDC), a organisé pour la première fois une mission économique virtuelle de trois jours dans le Wisconsin, état reconnu mondialement pour son expertise en R&D dans les domaines des biosciences, dispositifs médicaux et médicaments, technologie de l'eau, de l'énergie, des matériaux avancés et les méthodes de fabrication. L'objectif de la mission économique était de renforcer la collaboration et les échanges commerciaux entre le Luxembourg et le Wisconsin. Dans ce cadre, un nouveau programme digital de trois semaines a été lancé, dont la première édition est prévue pour cet été. Il permettra, chaque année, à cinq startups luxembourgeoises de découvrir les États-Unis à partir du Wisconsin, pour y nouer des contacts commerciaux et vérifier que leur produit est adapté au marché américain. Le ministère de l'Économie, en collaboration avec Luxinnovation et gener8tor, sélectionnera les startups qui participeront au programme constitué de workshops, de cours, de mentoring et d'interactions avec des entrepreneurs locaux et de grandes sociétés actives dans le réseau de partenaires de gener8tor. Cet accélérateur de startups américain a en effet des antennes à Madison, Milwaukee et Minneapolis et met en relation les fondateurs de startups, les investisseurs, les universités et les grandes entreprises. —



— SES —

SATMED, acte deux !

Le gouvernement luxembourgeois et SES Techcom, filiale à 100% de SES, ont lancé la deuxième phase du projet de télémédecine SATMED qui sera prolongée jusqu'en 2024.

Activé par satellite, SATMED permet de connecter des médecins et infirmières basés dans des endroits éloignés, au monde médical extérieur, en offrant un accès aux applications cloud de la plateforme pour la formation en ligne, des consultations virtuelles, la gestion et le stockage de données médicales et des vidéoconférences. Développée au Luxembourg, la plateforme est déployée depuis 2014 dans dix endroits en Afrique et en Asie, en partenariat avec des ONG. Le nouvel accord SATMED entre le gouvernement luxembourgeois et SES améliorera davantage l'accessibilité aux soins de santé pour tous, en appuyant les professionnels de santé via des outils de télémédecine dans les zones pauvres en ressources, conformément aux Objectifs de développement durable de l'ONU. Déployée par SES Techcom, la connectivité de SATMED est fournie par la flotte de satellites SES, tandis que les applications cloud et les sauvegardes chiffrées sont hébergées dans une installation de données sécurisée dans l'UE. Le service comprend également un *helpdesk*, la fourniture de terminaux satellitaires et la formation continue des utilisateurs. —



TRAVAILLER ET ÉTUDIER

UNE SOLUTION GAGNANTE POUR CEUX QUI SOUHAITENT
ÉVOLUER DANS LEUR VIE PROFESSIONNELLE



Découvrez les **programmes diplômants** proposés par la **Chambre de Commerce**,
à travers son **Institut Supérieur de l'Économie (ISEC)**,
en collaboration avec des partenaires académiques de renom :



Université de Lorraine :

- Master MIAGE Spécialité Informatique et Innovation
- Master 2 Management de la Qualité
- Master 2 Management de Projet



FOM :

- Bachelor of Arts (B.A.) Business Administration  
- Master of Business Administration 

Les cours se tiennent à Luxembourg.

Les inscriptions sont ouvertes.

Pour plus de renseignements, participez à nos réunions d'information.

Dates et inscriptions sur le site de l'ISEC : www.isec.lu

Institut Supérieur de l'Économie (ISEC)

(+352) 46 50 16 1 // info@isec.lu // www.isec.lu

Une initiative de :



— ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR —

Coopération entre le Luxembourg et le Québec

Fin mars 2021, le Luxembourg et la province canadienne de Québec ont signé une convention dans les domaines de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation.

Cet accord vise à promouvoir les collaborations de recherche et les échanges de chercheurs ainsi que la coopération dans le domaine de l'enseignement supérieur. Au cours des dernières années, les liens en matière d'enseignement supérieur et de recherche et innovation n'ont cessé de croître entre les deux territoires, comme en témoignent une entente récente entre le Fonds national de la recherche du Luxembourg (FNR) et les Fonds de recherche du Québec (FRQ), les différentes missions scientifiques réalisées de part et d'autre de l'Atlantique ou encore la convention concernant la mobilité étudiante en cours de renouvellement. Dans le cadre de l'accord signé, il a été convenu de prioriser la santé, les technologies de l'information, l'intelligence artificielle, les sciences économiques, le droit, le développement urbain et la mobilité, ainsi que l'éducation. —



Fondation Enovos/SnT Optimisation de la demande d'électricité

La Fondation Enovos, sous l'égide de la Fondation de Luxembourg, soutient le projet de recherche *INDUCTIVE (Incentivized charging scheduling for electrical vehicles)* de l'Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust (SnT) de l'Université du Luxembourg, qui a pour but de flexibiliser la recharge des voitures électriques afin d'optimiser la demande, notamment en chargeant les voitures aux moments où l'offre est importante sur les marchés de l'électricité. Le projet INDUCTIVE part du

constat que le nombre de véhicules électriques va continuer de croître dans les années à venir et augmenter la demande d'électricité. La production d'énergies renouvelables est également croissante. Ces deux développements ont un impact sur la volatilité de l'approvisionnement en électricité à laquelle les marchés et les réseaux doivent faire face. Le projet INDUCTIVE pourrait à terme permettre de faire profiter les usagers de l'optimisation des marchés et des réseaux en développant une structure tarifaire qui prendrait en compte voire qui récompenserait la flexibilité mise à disposition pour la charge. Le projet s'étend sur une durée de deux années.

— TECHNOLOGIES DE LA SANTÉ —

Appel à projets

Le ministre de l'Économie, Franz Fayot, a annoncé le lancement, en partenariat avec le Fonds national de la recherche (FNR) et Luxinnovation, d'un appel à projets dans le domaine des technologies de la santé, auprès des entreprises et des organismes de recherche et de soins de santé.

L'objectif de cet appel est de susciter des projets de R&D collaboratifs au travers de partenariats publics-privés (PPP). Un *Memorandum of Understanding* entre les trois parties prenantes a été conclu pour formaliser cette collaboration. C'est la première fois au Luxembourg qu'un tel appel à projets conjoint est lancé au sein de l'écosystème R&D et innovation. Des objectifs communs ont été définis par le FNR et le ministère de l'Économie, pour répondre aux besoins de développement du secteur. L'enjeu est de démontrer la performance et la sécurité des outils de santé digitaux. Le développement de ces nouveaux produits et services au bénéfice du patient nécessite les compétences de la recherche publique, des hôpitaux et des entreprises. Les projets collaboratifs seront ainsi évalués dans un processus coordonné. Les décisions de financement seront également prises conjointement par les partenaires. Pour faciliter l'émergence de projets et soutenir le processus de préparation de projets communs, Luxinnovation a mis en place la plateforme www.research-collaboration.lu. Les entreprises, les acteurs de la recherche publique, incluant les hôpitaux et les prestataires de soins ont été invités à y déposer des idées de projets dont Luxinnovation assure le suivi, notamment

à travers la mise en relation des partenaires publics et privés intéressés à participer. La plateforme permet de préparer la documentation technique requise pour introduire des demandes d'aide individuelles auprès du ministère de l'Économie et du FNR. Le volet « idéation » était ouvert jusqu'au 4 mai. Vient ensuite la période de soumission des propositions, jusqu'au 30 juin. Pour les projets dont le volet « idéation » aura été validé par le ministère de l'Économie et le Fonds national de la recherche, une proposition plus complète devra être introduite avant le 15 octobre 2021, pour être examinée par un panel d'experts externes. Les résultats seront communiqués dès janvier 2022 et les projets pourront commencer en février 2022. —



Office de la Propriété Intellectuelle Dépôt électronique de brevets

Il est dorénavant possible pour les déposants de brevets luxembourgeois ou leurs mandataires, de soumettre leurs demandes par voie électronique. Ce nouveau service, qui s'appuie sur le logiciel de dépôt électronique développé par l'Office européen des brevets, est mis à disposition des utilisateurs de la Benelux Patent Platform (BPP) depuis le 1^{er} avril 2021. Les instructions à suivre, permettant notamment l'activation des cartes à puces émises par l'Office européen des brevets,



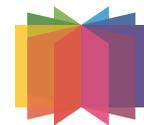
sont disponibles sur le portail de la BPP. Celui-ci fournit en outre un guide du déposant, le barème des taxes, des adresses utiles ainsi que des formulaires destinés à faciliter le dépôt de brevets.

■ Plus d'informations : <https://patent.public.lu/bpp-portal/home>



SE FORMER EN TOUTE FLEXIBILITÉ

**+ de 1.000
formations
présentielles
ou à distance.**



**HOUSE OF
TRAINING**

Votre partenaire de référence en matière
de formation professionnelle continue.

Vous êtes employé ou employeur
et souhaitez faire évoluer vos
connaissances et compétences ou
celles de vos collaborateurs ?
Retrouvez notre vaste éventail
de formations dans 20 domaines
d'activité différents !



Via Mosel' Offre Oenotouristique transfrontalière

Les quatre appellations constituant la vallée de la Moselle viticole se sont rassemblées sous le nom Via Mosel' pour développer une offre oenotouristique centrée sur le vin et l'architecture. Cette initiative a pour but d'attirer une clientèle intéressée par la culture, le terroir, le vin et l'architecture et de lui faire découvrir la région transfrontalière grâce à une sélection de 60 domaines et une vingtaine de villages viticoles remarquables choisis pour la qualité de leurs services touristiques et leur accessibilité. L'offre est amenée à évoluer dans le futur grâce à l'organisation régulière de jurys constitués d'architectes et de professionnels du tourisme.

■ Plus d'informations : Info@terroirmoselle.eu

IMS Un quiz pour le bien-être numérique

Les outils numériques sont de plus en plus nombreux et les frontières entre la vie professionnelle et la vie privée ont tendance à se brouiller. IMS Luxembourg souhaite sensibiliser le public sur les risques d'infobésité grâce à un quiz d'auto-formation. Chacun peut ainsi tester, via des cas pratiques, des solutions concrètes aux problématiques numériques du quotidien. Le quiz, disponible en français et en anglais est composé de 3 modules pour comprendre les phénomènes d'infobésité et d'hyperconnexion, recevoir moins d'emails au quotidien et mieux choisir l'outil de communication adapté à une situation précise.

■ Plus d'informations : www.imslux.lu (taper quiz dans le moteur de recherche)

— COOPÉRATION —

Business Partnership Facility, 6^e édition

Le 1^{er} mars 2021, le ministre de la Coopération et de l'Action humanitaire, Franz Fayot, et le directeur général de la Chambre de Commerce, Carlo Thelen, ont lancé la 6^e édition de la Business Partnership Facility (BPF) de la Coopération luxembourgeoise lors d'un événement en ligne.

La BPF est une facilité de cofinancement visant à encourager le secteur privé luxembourgeois et européen à s'associer avec des partenaires dans les pays en voie de développement pour mettre en place des projets commerciaux durables. Le cofinancement s'effectue sous forme de subvention qui peut atteindre jusqu'à 50% du budget total d'un projet, sans toutefois dépasser le seuil des 200.000 euros. Il contribue au développement et à la création d'emplois dans les pays en voie de développement et au transfert de technologies et d'expertise.

Cette année 2021, le secteur de la « lutte contre la pandémie de la Covid-19 » a été ajouté à la liste des secteurs déjà éligibles : CleanTech, Éco-innovation et Économie circulaire ; Espace ; Fintech ; HealthTech ; Mobilité et logistique ; Technologies de l'information et de la communication (TIC).

La BPF permet aux pays en développement d'attirer les investissements, les technologies, et l'expertise disponibles au Luxembourg. De leur côté, les entreprises luxembourgeoises ont la possibilité de pénétrer de nouveaux marchés parfois trop risqués sans intervention étatique, et d'établir des partenariats mutuellement bénéfiques avec les acteurs locaux. —

■ L'appel à candidatures de l'édition 2021 de la BPF est ouverte. Les informations sont disponibles au lien suivant : www.bpf.lu



— ILLNAS —

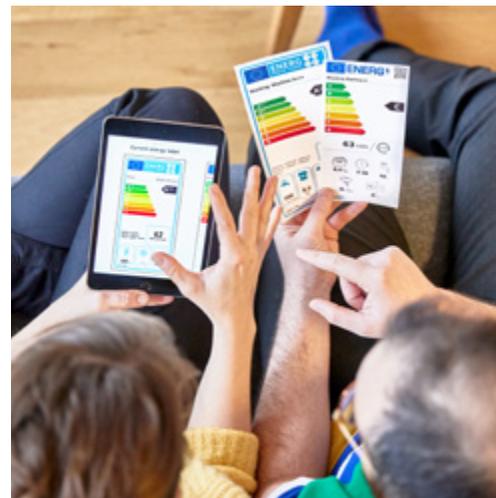
Nouvelles étiquettes énergétiques

Depuis le 1^{er} mars 2021, de nouvelles étiquettes énergétiques ont fait leur apparition sur une série de produits ménagers, pour accompagner l'évolution du système de classification.

L'étiquetage énergétique de l'UE constitue pour le grand public une aide précieuse pour faire des choix plus éclairés. Pour être plus compréhensible pour les consommateurs et pour encourager l'industrie à développer des produits plus innovants et plus économes en énergie, le système de classification actuel A+++ à D est progressivement remplacé par une nouvelle classification plus simple allant de A (produits les plus efficaces) à G (produits les moins efficaces).

Par conséquent, depuis le 1^{er} mars 2021, un nouvel étiquetage énergétique s'applique aux produits suivants : lave-linge et lave-linge séchants ménagers (pas les sèche-linges) ; téléviseurs et écrans d'ordinateur ; réfrigérateurs, congélateurs et caves à vin ; lave-vaisselle ménagers. Il concerne les magasins physiques et en ligne, ainsi que les documents de commercialisation. D'autre part, le nouvel étiquetage comprend un QR code qui donne accès à une base de données européenne sur l'étiquetage énergétique (EPREL). À partir du 1^{er} septembre 2021, les étiquettes des lampes électriques seront remaniées également et d'autres groupes de produits suivront.

Plus les produits sont économes en énergie, plus les factures énergétiques sont réduites. Cette économie d'énergie a aussi un impact positif sur l'environnement. —



Compenser l'impact de votre entreprise sur la planète

EMISSIONS
DE GAZ
À EFFET
DE SERRE

SOUTIEN
DE PROJETS
INNOVANTS
DURABLES



eno4climate

En tant qu'entreprise, vous émettez directement ou indirectement des gaz à effet de serre. Si ces émissions sont parfois inévitables, elles peuvent néanmoins être mesurées puis réduites. eno4climate vous offre ses conseils et son expertise pour vous aider à compenser ces émissions résiduelles et à réduire votre empreinte environnementale, tout en vous proposant de soutenir le développement de projets durables mis en œuvre aux quatre coins du monde.

Plus d'infos sur eno4climate.lu

Energy for today. Caring for tomorrow.



— JONK ENTREPRENEUREN
LUXEMBOURG —

Un pop-up store pour les mini-entreprises

Pendant une semaine au mois de mars, 21 mini-entreprises de 14 lycées ont pu passer de la théorie à la pratique en proposant, à tour de rôle et dans le respect des mesures sanitaires, leurs produits aux visiteurs et visiteuses de la capitale dans des conditions des plus réelles. L'opportunité pour les entrepreneurs en herbe d'appliquer les techniques de vente et de marketing qu'ils ont acquises lors de leur formation. Grâce à l'asbl, le programme des mini-entreprises, a permis à ces jeunes pousses de développer un esprit entrepreneurial et d'être en contact avec le monde professionnel pour ensuite mettre à la vente leurs produits, grâce à une collaboration avec la Ville de Luxembourg. —



— CÉSAR —

Deux, sacré meilleur premier film

Le long-métrage *Deux* du réalisateur Filippo Meneghetti, coproduit au Luxembourg par la société Tarantula (Donato Rotunno et Elise André), a remporté le César du meilleur premier film lors de la 46^e cérémonie de remise des César à Paris en mars dernier. Cette comédie dramatique continue son tour du monde accumulant sélections en festivals, nominations et prix prestigieux dont cette nouvelle consécration aux César. Le film était en sélection aux Golden Globes et aux Oscar. Un parcours exceptionnel pour une période exceptionnelle, pour cette coproduction franco-belgo-luxembourgeoise. —

■ Le film, récit d'un amour lesbien, est également disponible sur la plateforme luxembourgeoise sooner.lu



— FONDS KIRCHBERG —

Le site internet fait peau neuve

Depuis début mars le nouveau site du Fonds Kirchberg est en ligne. Le site a subi une refonte en profondeur, réalisée en collaboration avec le Centre des technologies de l'information de l'État (CTIE). Le graphisme a été revu par Studio Polenta qui signe aussi le design de tous les supports de communication qui accompagnent actuellement les projets en développement du Fonds Kirchberg. Le site permet de suivre l'évolution des projets d'urbanisation et de construction au Kirchberg à l'aide d'une carte interactive et de se familiariser avec les méthodes de travail du Fonds. Les utilisateurs peuvent aussi s'abonner aux différentes newsletters. —

■ Plus d'informations : www.fondskirchberg.lu



— BAD LUCK BANGING
OR LOONY PORN —

Couronné d'un Ours d'or

Le long-métrage du réalisateur roumain Radu Jude a reçu en mars dernier l'Ours d'or du meilleur film au 71^e Festival de Berlin honorant ainsi la société luxembourgeoise Paul Thiltges Distributions qui a coproduit *Bad Luck Banging or Loony Porn* avec la Roumanie, la République Tchèque et la Croatie. Paul Thiltges et Adrien Croef ont notamment assuré, en partenariat avec les studios Philophon et Espera Productions, la post-production image, son et effets spéciaux du film. C'est la première fois qu'une coproduction avec le Luxembourg gagne la plus prestigieuse récompense décernée par le Festival de Berlin, mettant ainsi en évidence le triomphe de la qualité artistique du cinéma européen. —



— ADEM —

Lancement de la Youth eAcademy

L'ADEM a lancé récemment son programme Youth eAcademy, qui offre la possibilité aux jeunes demandeurs d'emploi inscrits auprès de ses services, de renforcer de manière autonome leurs compétences.



L'importance des compétences numériques sur le marché de l'emploi augmente et continuera de s'accroître à l'avenir. La maîtrise de ces compétences est donc nécessaire lors de la recherche d'emploi. Cela vaut pour tous les secteurs d'activité et toutes les entreprises. L'ADEM permet à travers son programme Youth eAcademy à des jeunes de moins de trente ans de bénéficier d'un accès gratuit à la plateforme d'e-learning Belearn. Sur cette plateforme, les candidats ont le choix de suivre une formation digitale aux logiciels Word, PowerPoint, Excel, Outlook, Teams, OneNote, etc. ou d'élargir leurs connaissances sur des thématiques telles que le Cloud, l'analyse de données, la

programmation ou encore la cybersécurité. Ces formations sont disponibles en français, anglais, allemand, néerlandais ou espagnol. L'accès à la plateforme se fait selon plusieurs critères : être inscrit à l'ADEM et avoir moins de trente ans au moment de l'inscription, avoir au moins un diplôme de fin d'études secondaires (équivalent du BAC) et être capable de suivre de manière autonome (sans encadrement) des formations e-learning (ordinateur et accès internet, aptitudes numériques de base). Pour chaque cours complété, les candidats obtiennent un certificat officiel par e-mail. —

■ Plus d'informations et inscriptions : www.adem.lu/belearn

— SNMC —

5 ans et une activité en hausse

Le 23 mars 2021, le ministre de l'Économie, Franz Fayot, et le médiateur de la consommation, Claude Fellens, ont présenté le bilan 2020 du Service national du médiateur de la consommation (SNMC), créé en 2016, dont la mission est de traiter les demandes de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

Au cours de l'année 2020 marquée par la crise sanitaire, le SNMC a été saisi de 545 demandes, ce qui représente une augmentation de 18,5% par rapport à 2019. En 2020, 97,6% des demandeurs étaient des consommateurs et 2,4% des professionnels. Dans 51,2% des cas, une des parties ne résidait pas au Luxembourg ou n'y était pas établie en tant que professionnel.

En 2020, 134 demandes ont concerné des informations sur le processus de règlement extrajudiciaire d'un litige de consommation, soit une augmentation de 30% par rapport à l'année 2019.

Le SNMC est compétent pour réceptionner toute demande de règlement extrajudiciaire d'un litige de consommation. Lorsqu'une demande a trait à un litige pour lequel une autre entité est compétente (comme p.ex. l'ILR, la CSSF, le Médiateur en assurances, la Commission luxembourgeoise des litiges de voyages - CLLV), le SNMC transmet cette demande sans délai à cette entité. En 2020, au total 211 demandes ont ainsi été transmises à d'autres entités ou institutions. Le SNMC traite lui-même les litiges de consommation pour lesquels aucune autre entité qualifiée n'est compétente. Parmi les 190 demandes introduites en 2020 (+47,3% par rapport à 2019), les dossiers ont concerné le commerce en ligne, l'immobilier, le secteur automobile, celui des transports, la construction et bien d'autres domaines (mode, magasins de meuble, pressing, etc.).

Un projet de loi a été déposé pour étendre à l'avenir le champ de compétence matérielle du SNMC à certains litiges entre professionnels, c'est-à-dire ceux pour lesquels l'un des professionnels concernés n'agit pas directement dans le cadre de son activité professionnelle. —

— ESCH2022 —

Appel aux entreprises

La ville d'Esch-sur-Alzette, les dix autres communes luxembourgeoises de l'association Pro-Sud ainsi que huit communes françaises sont Capitale européenne de la culture 2022 sous la devise «Remix Culture».



Les partenaires économiques peuvent soutenir cette initiative en apportant une expertise, un soutien matériel ou une aide financière. Esch2022 accompagne les entreprises dans cette démarche et se charge de développer un réseau, le *Business for Culture Club*, plateforme d'échange permanent entre les entreprises.

Esch2022 espère rassembler 3 millions d'euros grâce à une campagne digitale. Pour les entreprises qui décident de s'associer à Esch2022, la collaboration apportera une visibilité durant la période de préparation et tout au long de 2022, permettant notamment aux jeunes ou aux petites entreprises d'attirer de nouveaux clients. En outre, Esch2022 prévoit un échange régulier entre les partenaires économiques. Les réunions du *Business for Culture Club* débiteront en 2021 et seront proposées régulièrement au-delà de 2022. —

— AIDES AUX ENTREPRISES —

N'hésitez pas à les demander !

Depuis le 24 mars 2021, des adaptations concernant la nouvelle aide de relance et l'aide aux coûts non couverts sont en vigueur. Les formulaires de demande sont disponibles sur guichet.lu.

La nouvelle aide de relance et l'aide aux coûts non couverts sont prolongées jusqu'au mois de juin 2021 inclus. Les entreprises faisant l'objet d'une fermeture légale et celles ayant subi une perte de chiffre d'affaires d'au moins 75% en raison des restrictions légales peuvent prendre en compte 100% de leurs coûts non couverts depuis le 1^{er} février 2021. Les entreprises faisant l'objet d'une fermeture légale peuvent par ailleurs déduire de leurs recettes une partie du chiffre d'affaires réalisé à travers la livraison et la vente à emporter, et ceci jusqu'à concurrence d'un montant correspondant à 25% du chiffre d'affaires qu'elles ont réalisé en 2019 ou, pour les entreprises qui n'existaient pas en 2019, par rapport au chiffre d'affaires mensuel moyen réalisé au cours des mois précédents. Les jeunes entreprises peuvent également désormais profiter de l'aide aux coûts non couverts, avec effet rétroactif à novembre 2020. Elles peuvent aussi profiter de l'aide de relance si elles ont commencé leurs activités entre le 1^{er} novembre et le 31 décembre 2020. Les entreprises dont la perte de chiffre d'affaires pour le mois de janvier 2021 est inférieure à 25% peuvent profiter de la nouvelle aide de relance si elles ont fait l'objet d'une obligation légale de fermeture au cours de ce

mois (par exemple les magasins de détail non alimentaire, fitness, etc.).

Faisant le constat qu'une partie des entrepreneurs éligibles ne sont pas suffisamment informés de ces mesures, la Direction générale des classes moyennes et la Chambre de Commerce ont lancé en mars 2021 une campagne d'information axée sur les aides en vigueur et le soutien de la House of Entrepreneurship, qui se tient à la disposition des entrepreneurs pour les aider dans leurs différentes démarches. Sous le slogan «*Besoin d'aide(s) pour surmonter la crise? La House of Entrepreneurship vous accompagne!*», la campagne comprend notamment des vidéos de témoignages, des spots radio, des affiches, des bannières publicitaires et une brochure infographique s'adressant tant aux entrepreneurs qu'aux fiduciaires. Le ministre des Classes moyennes, Lex Delles, a expliqué: «*Nous constatons qu'une partie des entreprises éligibles n'a pas introduit de demande d'aide. Notre campagne d'information vise à assurer que les entreprises éligibles soient au courant des aides dont elles peuvent bénéficier et de clarifier les conditions et modalités pratiques des différentes mesures de soutien.*» —

■ Plus d'informations:
covid19@houseofentrepreneurship.lu



Cover Story

Corporate Social Responsibility



Taking responsibility for tomorrow

TEXT Hannah Ekberg

As the world sees both increasing numbers of environmental catastrophes and is reduced to a global village due to the accessibility of information via ever expanding online news outlets, such as blogs and social media, companies must be ever more aware of the far-reaching impact of any and every decision they make, not only for their business but society as a whole, and ready to provide answers to consumers and governing bodies. In this scenario, sustainable development and the role of Corporate Social Responsibility (CSR) are also gaining importance by the day in Luxembourg and around the world, despite the Covid-19 pandemic, and provide everyone an opportunity to work together to create a better tomorrow. Let's take a look.

— The first references in modern times of the concept that is today known as Corporate Social Responsibility (CSR) is generally considered to have been in the 1950s in the United States. The publication of Howard Bowen's book, 'Social responsibilities of the businessman' in 1953 would see him go down in history as the father of CSR as it is now known. Yet it would take decades for these concepts to be organised and promoted by institutions and governing bodies, and overall, international organisations and leaders in Europe would be among the first to pave the way.

In 1976, the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) published guidelines for responsible business conduct. Known as the *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*, they were last updated in 2011 and are currently under review. 44 governments from all regions of the world encourage their enterprises to observe the guideline's recommendations in their operations. More recently, in 2018, they published due diligence guidelines, *OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct*, which are based on the original guidelines for multinationals.

The International Labour Office (ILO) would adopt the *Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises*

and *Social Policy* in 1977. They have been regularly updated ever since and offer guidance on training, conditions of work and life, and industrial relations. Adhering to the guidelines is recommended to, 'contribute to a climate more conducive to economic growth and social development'.

In North America, the International Institute for Sustainable Development (IISD) was founded in Canada in 1988. In announcing its creation to the United Nations at the time, then Prime Minister Brian Mulroney said, 'mankind is not destined to destroy itself; war is not inevitable; poverty can be alleviated; the environment can be preserved; injustices can be made right'. Their work continues to this day, guided by their CREATE strategy, which stands for *climate, resources, economies, act together, and engage*.

First guidelines

In 1993, then President Delors of the European Commission made an appeal to businesses to join the fight against social exclusion in terms of employment. This resulted in the mobilisation of resources and the creation in 1995 of CSR Europe, the European business network for corporate sustainability and responsibility. In 2001, the EC would publish the Green Paper,

Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, in which they also highlighted the connection between CSR and the objective of creating a network that would support small and medium-sized enterprises (SMEs) in international growth, which then became the *Entreprise Europe Network* because, 'corporate social responsibility contributes significantly to a favourable climate towards entrepreneurship'. A decade later, in 2011, the EU strategy for CSR was renewed and highlighted the need for legislation regarding disclosure for social and environmental information, which then led to Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 regarding 'disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups'. In parallel and complementary to this, the European Green Deal was announced at the end of 2019 by the current European Commission President Ursula Von der Leyen as 'a roadmap for making the EU's economy sustainable by turning climate and environmental challenges into opportunities across all policy areas and making the transition just and inclusive for all'.

The Global Reporting Initiative (GRI) was founded in the United States in 1997 following the 1989 Exxon Valdez oil spill in waters off of Alaska's coast that led to an environmental catastrophe. GRI published their first guidelines in 2000, which are considered the world's first global framework for sustainability reporting. As an independent international organisation, their initial goal was to create an accountability



Sustainable business

In the Netherlands, PlasticRoad has turned plastic waste into fully circular, highly engineered, climate-proof bike paths capable of filtering rainwater in flood conditions, which are on the rise due to climate change. Industrial scale production for roads in the Dutch market is scheduled to start this year. The overall goal for 2021 is to recycle 77,100 kg of plastic waste, reduce carbon emissions by 459,360 kg, and produce 3,000 m² of plastic road with the capacity to store 900 m³ of water. PlasticRoad's sustainability goals are aligned with the sustainable development goals of the United Nations.

■ More info: plasticroad.com/en



Charity run

The ING Night Marathon Luxembourg has become a phenomenon in Luxembourg that demonstrates the positive impact that one company's initiative can have on its wider community. Launched in 2006, it is now a much anticipated yearly event. Today, numerous enterprises in Luxembourg include the marathon in their CSR strategies and encourage team participation among employees, thus fostering team building, community and inclusion, physical fitness, and overall well-being.

■ More info: www.ing-night-marathon.lu

01. The Global Reporting Initiative (GRI) was founded in the United States in 1997 following the 1989 Exxon Valdez oil spill in waters off of Alaska's coast that led to an environmental catastrophe. GRI published their first guidelines in 2000, which are considered to be the world's first global framework for sustainability reporting.

An independent international organisation, their initial goal was to create an accountability mechanism to ensure enterprises were environmentally responsible, which then developed to include social, economic and governance issues.

Birds killed as a result of oil from the Exxon Valdez spill. Photo courtesy of the Exxon Valdez Oil Spill Trustee Council.



01

mechanism to ensure enterprises were environmentally responsible, which then developed to include social, economic and governance issues. In 2002, they relocated to the Netherlands, and in 2016, they transitioned from providing guidelines to producing standards for sustainability reporting.

A global movement

The *United Nations Global Compact governance* framework was adopted by the United Nations' then Secretary-General Kofi Annan in 2005. Now considered to be the world's largest corporate sustainability initiative, it serves as a core CSR reference for companies around the world. It was reviewed in 2017 to ensure it could deliver its mandate to 'mobilize a global movement of sustainable companies and stakeholders to create the world we want'. The key stakeholders consist of government representatives from member countries, business representatives from companies that have demonstrated commitment to CSR, civil society, labour organisations and related UN organisations, and global programmes.

In 2011, the United Nations Human Rights Council endorsed the *Guiding Principles on Business and Human Rights*. Split into three parts, part two addresses 'the corporate responsibility to protect human rights'. It contains 31 principles that 'apply to all States and to all business enterprises, both transnational and others, regardless of their size, sector, location, ownership and structure', but are not to be considered legal obligations.

In line with the UN Global Compact governance framework, the UN *2030 Agenda for Sustainable Development* was adopted in

2015 and contains the 17 Sustainable Development Goals (SDGs) that are now foundational in CSR strategies around the world. The *Paris Agreement*, a legally binding international treaty on climate change, was also adopted in 2015, and is overseen by the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), whose ultimate aim is 'preventing dangerous human interference with the climate system'.

In Luxembourg, the INDR (*L'Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises*), was founded in 2007 by the members of the *Union des Entreprises Luxembourgeoises* (UEL), the umbrella organisation for employers (see The Interview p.80). Their aim was visionary: to promote corporate social responsibility (CSR). Also in 2007, the IMS (Inspiring More Sustainability) network was founded as a non-profit that federates and mobilises Luxembourg companies actively involved in CSR.

The International Organization for Standardization (ISO) then published their CSR reference standard in 2010, *ISO 26000: Guidance on social responsibility*. To give an idea of the scope of the project, some 500 experts around the world were involved in the working group that developed this standard.

So what is the concept?

Corporate social responsibility (CSR) consists of a vast web of concepts and stakeholders that can vary widely depending on location and in accordance with regulations in force.

In 2007, the International Institute for Sustainable Development (IISD) published a



02



03

02. Minister of the Environment, Climate and Sustainable Development, Carole Dieschbourg, has advocated for a 'no-regrets' approach to solutions for protection of eco-systems, as well as climate change. She has also championed the success of Luxembourg's Climate Pact that supports the 2019 integrated *National Energy and Climate Plan* (NECP), which in turn is committed to aligning Luxembourg with the 2015 *Paris Agreement*, in terms of taking into account local stakeholders.

© Shane Rounce / Unsplash

03. From the mid-1970s to the mid-1980s, there were no red M&Ms. A red food dye at the time was rumoured to be a health risk and the United States Food and Drug Administration banned it. Wary of the public's fears due to the negative publicity about red dye overall, Mars decided to discontinue red M&Ms altogether for ten years, re-introducing them again in the mid-1980s. Had this happened today, in the era of CSR and the Internet, Mars may have had other options for how they handled the situation.

© Robert Anasch / Unsplash

CSR implementation guide in which they highlighted the importance of the evolving nature of CSR and how at that time, it did not yet have a universal definition. They put forward a working definition from ISO, while maintaining that each firm needs to develop its own working definition of CSR. ISO's CSR reference standard ISO 26000:2010 defines CSR as the *'responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that: contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organisation and practised in its relationships'*.

The European Commission initially described CSR in 2001 as, *'a concept whereby companies decide voluntarily to contribute to a better society and a cleaner environment*

and 'integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis.' As of 2011, the EC began defining CSR more succinctly as, *'the responsibility of enterprises for their impact on society'*, specifying that it should be company led, with support from public authorities through voluntary measures and regulation.

In Luxembourg, the INDR has found a balance between the definitions of ISO and the EC by defining CSR as what *'brings together all of the resources and voluntary actions of a company to contribute to sustainable development. CSR is the strategic tool that helps your company to adapt to its economic, social and environmental context, while creating shared value both for itself and for the society in which it evolves.'*

The common denominators in these definitions of corporate social responsibility (CSR) are enterprises and their impact on society and the environment.

'Corporate social responsibility (CSR) consists of a vast web of concepts and stakeholders that can vary widely depending on location and in accordance with regulations in force.'

From catastrophe to cultivating well-being

Although younger generations may only ever have known M&Ms that come in every primary colour, some of us with a sweet tooth will remember a time when red M&Ms went missing. From the mid-1970s to the mid-1980s, there were no red M&Ms. A common red food dye at the time was rumoured to be a health risk and the



'The common denominators in the definitions of corporate social responsibility (CSR) are enterprises and their impact on society and the environment.'

United States Food and Drug Administration banned it. Mars did not use the red dye in question but, wary of the public's fears due to the negative publicity about red dye in general, decided to discontinue red M&Ms altogether for ten years, re-introducing them again in the mid-1980s. Yet another red dye is now used and, due to differing regulations, one type is used in the US, and another in Europe. Had this happened today, in the era of both CSR and the Internet, Mars may have had other options for how they handled the situation.

Also in the 1980s, DuPont de Nemours ran into trouble with a Teflon production plant in the United States when a toxic chemical was leaked into the local water supply and poisoned the surrounding communities.

This created an ongoing health crisis resulting in devastating health problems spanning several generations as well as hefty lawsuits. This was not an isolated incident and these situations are not always black and white, demonstrating the need for comprehensive, situational-relevant, customised CSR strategies. In the case of DuPont de Nemours, while their facility was poisoning the local water supply, employees were well paid, received generous benefits, and the community also received support for the arts, schools, and sports. Ultimately, this tragedy led to changes in operating procedures and the installation of water filtration plants and today, responsible water management is at the heart of DuPont de Nemours' CSR strategy. They are now employing risk assessment tools from the World Resources Institute (WRI) and the WWF for all DuPont sites around the world and will also implement the *International Water Stewardship Standard* from the Alliance for Water Stewardship for sites where there could be significant water risks.

These situations are not a thing of the past or something that only happens in distant lands. In March of 2021, the Luxembourg Federation of Sport Fishermen (*Fédération luxembourgeoise des pêcheurs sportifs, FLPS*) raised a red flag after finding a considerable amount of dead fish in the Attert

river, believed to have been the result of wastewater contamination after a fire in a biogas plant in Belgium. An investigation was launched, led by the Water Management Agency, which is responsible for implementing the Luxembourg Government's environmental policy along with the Nature and Forest Agency and the Environment Agency.

Minister of the Environment, Climate and Sustainable Development, Carole Dieschbourg, has advocated for a 'no-regrets' approach to solutions for protection of eco-systems, as well as climate change. She has also championed the success of Luxembourg's Climate Pact that supports the 2019 integrated *National Energy and Climate Plan* (NECP), which in turn is committed to aligning Luxembourg with the 2015 *Paris Agreement*, in terms of taking into account local stakeholders.

The local recycling initiative, *SuperDreckskëscht*, has indeed been proactive in Luxembourg for more than 35 years. Launched in 1985 by the then Minister of the Environment, Robert Krieps, it is aligned with Luxembourg's Waste and Management Act of 2012 and the European Commission regulations on voluntary participation in eco-management, and has a labelling scheme for enterprises committed to



05



06

environmentally respectful waste management. During the ongoing COVID-19 pandemic, they reconfirmed their commitment to the EU's ban on single-use plastics (Directive 2019/904, to start in 2021) in their June 2020 article, *Reusable Packaging and COVID-19* (available on their website www.sdk.lu). Some regions and organisations have tried to delay, or ban, implementing the Directive, based on the idea that reusables are unsafe in the era of the pandemic and one-use, disposable plastics are more hygienic. *SuperDrecksKëscht* highlighted that the pandemic 'should not become an excuse to pollute or roll back environmental policies. For decades, reuse and refill models have proven that achieving a real circular economy is not only possible, but has many positive impacts'.

Minister Dieschbourg has also underlined the importance of international solidarity

04. 05. In March of 2021, the Luxembourg Federation of Sport Fishermen (Fédération luxembourgeoise des pêcheurs sportifs, FLPS) raised a red flag after finding dead fish in the Attert river believed to have been the result of wastewater contamination after a fire in a biogas plant in Belgium. Sometimes decisions are made that have far-reaching consequences, whether procedural, budget related, or in terms of accident preparedness or lack thereof. This is where CSR strategies play a role in shaping a future beneficial to all.

© Michael & Diane Weidner / Unsplash (photo 04).

© Jwh at Wikipedia Luxembourg. The Attert river at Tussengsmillen, Luxembourg (photo 05).

06. More and more companies are anchoring marine protection in CSR strategies through commitments to cleaning up the world's oceans.

© Beth Jnr / Unsplash



Lorenzo Zullo
CEO; ChemChain

'If companies are able to trace and recover materials from products...they can minimise their impact on the environment...'

ChemChain was founded in 2019 and helps companies track information on the chemicals they use, which can also help them build more effective CSR strategies. What drove you to start ChemChain?

The World Bank estimated that 600 million tons of products are incinerated or sent to landfills every year, with a huge negative impact on the environment and loss of precious resources. This happens because currently it is not possible to trace materials during their life cycle and identify their composition, making it difficult to recover them. It is all about supply chain communication – which also means sharing sensitive information on material composition that is part of companies' know-how. That's why we developed ChemChain, a platform to allow companies to embed information in their products and pass them along the supply chain in a secure way.

Since launching ChemChain two years ago, what have been your clients' principal concerns?

I believe the factors driving such initiatives are a mix of future/upcoming legislation (such as the *European Green Deal* and the *European Chemicals Strategy*), internal sustainability goals, as well as potential cost savings. If companies are able to trace and recover materials from their products after their service life, they can minimise their impact on the environment and decrease their dependency on raw materials. This need is increasing, hand-in-hand with emerging technologies that are capable of recovering substances from complex materials. A precondition for that, however, is to know exactly the composition of such materials.

ChemChain is based on a unique blockchain protocol currently tested by major chemical companies including Dow Chemicals, Solvay and P&G. Approximately 60% of our ongoing pilots are related to enabling new circular business models. 20% of the pilots are related to exchanging data on the sustainable origin of the raw materials, to be able to provide more backing information on the sustainability claims on the final products. The remaining pilots focus on creating an auditable history of the entire supply chain in industries like pharma, where pharmaceutical companies run frequent audits to ensure the quality of their production.

Have you seen particular evolution in clients or their needs since 2019? And COVID-19 impact?

When COVID struck, all companies had to halt non-business critical projects. We have since seen an interesting differentiation between companies that consider sustainability critical work and others who probably were engaging with us mostly for marketing purposes.



Marc Jans

Director; Jans Groupe

'There must be a clear separation, leaving stress at work and being fully present at home.'

At a time when the 'right to disconnect' is being debated, Jans Groupe, a family company specialising in turnkey homes, has taken a decisive step: between 19.00 and 6.00, including weekends, an automatic reply is sent to email senders informing them that their email has been retained by the server and will only be forwarded to the recipient the following morning, or Monday morning. Why did Jans Groupe implement this practice?

As a family business, we are convinced that time spent with family and friends is as essential as time at the office. A balanced and grounded mind is crucial to withstand the intensity of the business world. Sometimes, we must make decisions in minutes or seconds. Doing that with a churned mind can lead to bad decisions which can lead to more stress. There must be a clear separation, leaving stress at work and being fully present at home while spending time with loved ones. For a company founder, especially in the early years like our father was, this may seem contradictory. He lived for the company and often did not separate office and home, working in the evenings and weekends. But he also quickly realised that if you expect maximum performance from your employees, you must encourage them to take time off and allow them to switch off completely. You cannot have your employees awake for hours at night thinking about the last email they received – minutes ago. The consequences were clear and we had to ensure that there was no temptation to check emails at night while at home.

Do you also have a rule for phone calls? And a system for emergencies?

After implementing the email policy, the rest was straightforward. We arranged an emergency phone number for clients, where we have a detailed schedule. It defines who is on duty and available to resolve, for example, heating or plumbing emergencies. There were initial concerns, but they quickly subsided as we communicated that for emergencies there are always solutions. However, this rarely happens and the inhibition threshold is much higher now. From the moment our staff no longer had access to their email, we experienced a profound change. Their spirit, mind, and way of interacting overall changed; they were concentrated and productive during office hours, and present at home, enjoying their time off.

Is your system part of an established CSR strategy? Or is it about work-life balance, which can be exceptionally important in family companies.

We have not yet established a CSR strategy. So far, we have concentrated on setting a good example and exemplifying our values to our employees. What counts for us is that we live our values. We believe that a collaborator with a well-balanced work-life is healthier and more effective, especially during tense periods when we need to rely on each other entirely to be productive and efficient in order to last.



07

07. The IMS (Inspiring More Sustainability) non-profit network in Luxembourg mobilises stakeholders in innovative initiatives in CSR. The national representative of CSR Europe organises working groups to explore and test sustainable solutions and pilot projects, publish guides, and hold awareness-raising events and conferences. Their projects tackled these different challenges: people, planet, and prosperity.

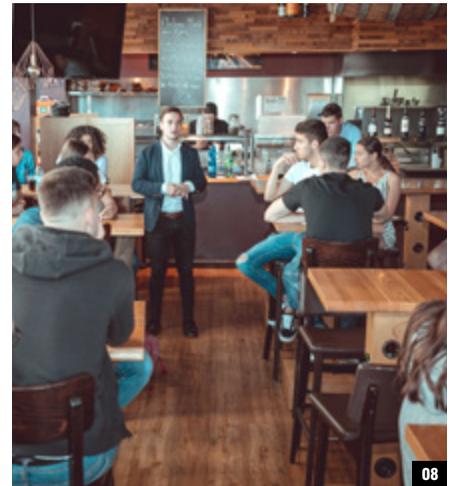
© IMS Luxembourg

08. The community pillar of the Chamber of Commerce's CSR strategy supports youth through the school-enterprise (*Relation Ecole-Entreprise, REE*) workshops that prepare them for their future careers and encourages entrepreneurship; as well as House of Training educational programmes.

© Pierre Guersing

09. The Luxembourg Green Exchange (LGX) is the first initiative in global capital markets dedicated to green instruments. The COVID-19 pandemic, rather than hindering interest in all things environmental, social, and governance (ESG), has in fact amplified interest.

© Markus Spiske / Unsplash



08

in terms of financing global sustainability measures and the Luxembourg-EIB Climate Finance Platform (LCFP) initiative between Luxembourg and the European Investment Bank (EIB) that allows for attracting private investment for 'climate change mitigation and adaptation'.

A role to play

Sometimes decisions are made that have far-reaching consequences, whether procedural, budget related, or in terms of accident preparedness or lack thereof. This is where CSR strategies play a role in shaping a future beneficial to all. While they tend to be aligned with regulations and not enforced by legislation, they invite enterprises to take responsibility for their actions, including accident preparedness, and the impact on the environment and communities within which they operate and society overall (see ChemChain interview on p. 49).



'Sometimes decisions are made that have far-reaching consequences, whether procedural, budget related, or in terms of accident preparedness or lack thereof. This is where CSR strategies play a role in shaping a future beneficial to all.'

In April of this year, the beer giant Anheuser-Busch InBev provided an example of what that might look like today. As so many enterprises this year, they were in a difficult situation due to the COVID-19 pandemic. With the restaurant and events sectors more or less entirely shut down for months on end, beer sales in Belgium dropped dramatically and left them with millions of litres of stale beer. Following a commitment outlined in their governance charter to achieve the highest standards of corporate governance while generating business results and managing environmental and social responsibilities, they retasked employees, rather than laying them off due to declining workloads, with collecting the beer from clients. The beer was then purified in line with environmental standards, before being poured into the Meuse river in Belgium.

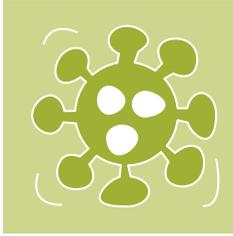
Closer to home yet presenting on a more directly international scale, Curver plastics,

with their headquarters in Niederkorn, Luxembourg, has anchored another sort of water protection in their innovation and sustainability strategy: a commitment to cleaning up the world's oceans by partnering with Waste Free Oceans (WFO), whose mission is to reduce, reuse and recycle marine litter. Dedicated to being a force for change by having a positive impact on people and the planet, Curver operates by five key sustainability goals, one of which commits to not producing single-use plastics, and further, gives new life to waste from landfills by transforming it into new products.

For SMEs, CSR may look a bit different. Having close contact with their employees, clients and communities, some of the elements of CSR will be so much first nature to SMEs that they may not yet have established a CSR strategy (see Jans Groupe interview on p. xyz). This was also suggested by the economic think tank *Fondation IDEA* in their 2019 article, *Responsabilité Sociale*

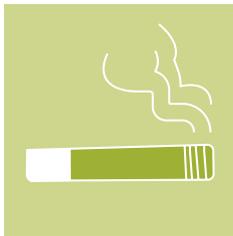
des Entreprises: faire et/ou faire... savoir? L'évolution du reporting RSE au Luxembourg (available in French on their website www.fondation-idea.lu), as one explanation for statistics from 2017 showing Luxembourg as a low performer (59%) in terms of CSR reporting, compared to neighbouring Germany (73%) and France (94%). They suggest that the low percentage could be for various reasons, including due to an economy that is structured around lots of businesses where there is a certain closeness between employers and employees, but that doesn't mean companies aren't taking care of their employees, the environment, and their governance. Sometimes, talk is cheap and actions speak louder than words.

Yet, that can also be the reason why some companies do decide to set up and communicate a dedicated CSR strategy: taking that action can send a message with impact. In the *Baromètre de l'Economie* bulletin on sustainable development published by the Chamber of Commerce in the second semester of 2020 (available in French on the cc.lu website), already well into the COVID-19 pandemic, company directors considered the top advantages for setting up a CSR strategy to be: image, reputation, favour with clients; innovation; and vehicle of transformation for the company. Complementary to those points, the top motivations



Attention to well-being

The negative impact of the COVID-19 pandemic on mental health has been severe, due to lock-down isolation, loss of employment, greatly increased workloads... as well as the strain of living through a deadly pandemic and, for some, the impact of the virus itself on the brain. More and more companies are prioritising mental health in their CSR strategies via various initiatives and rules on disconnecting from work after hours.



Litter-free zone

Introduced to Luxembourg by Shime, a CSR consultancy agency and IMS member, the Zéro Mégot project aims to find solutions to end cigarette butt pollution. The cigarette butt is the most frequently discarded waste in the world and its plastic and toxic composition make it a blight on the ecosystem. One cigarette butt takes 15 years to degrade in nature and can pollute up to 500 litres of water.

■ Become a Zéro Mégot partner-enterprise here: zeromegot.lu



10

cited for setting up a CSR strategy were personal reasons (68%); client requests (30%); and legal reasons (24%). Challenges were also present and considered to be: changing the mind-set of collaborators; accessing information regarding possible State aid (to help with CSR compliance); financing the necessary changes; and finding concrete solutions to CSR issues.

More than 70% of those polled in the *Baromètre* said that sustainable development would be worth taking into consideration within companies today. Out of the UN Sustainable Development Goals (SDGs) targeted by the Luxembourg companies polled, the top five were: 3) Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages; 5) Achieve gender equality and empower all women and girls; 8) Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all; 12) Ensure sustainable consumption and production patterns; and, 13) Take urgent action to combat climate change and its impacts. At the same time, only 65% of the companies polled considered themselves to be well informed about sustainable development. This is where the CSR stakeholders in Luxembourg play a role, in particular, the Chamber of Commerce.

What's up in Luxembourg?

In Luxembourg, sustainable development and CSR have been gaining importance year by year and the stakeholders are also growing. More specifically, over the last two decades, the presence of CSR has become more visible with numerous initiatives across sectors and finally a uniting structure in 2007 with the establishment of the INDR (*L'Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises*), Luxembourg's national CSR institute that also deploys a labelling programme.

Today, with 200 labelled companies, the INDR makes up one of the largest networks of socially responsible companies in Europe. Their CSR guide (published in French as '*Guide ESF*') contains 40 objectives to help companies structure the implementation of CSR practices. Their labelling programme also guides companies through a specific set of criteria leading to a label that confirms their commitment to CSR, reinforces trust and credibility, ensures transparency, and prepares them to meet environmental, social and governance (ESG) requirements.

Also founded in 2007, the IMS (Inspiring More Sustainability) non-profit network in Luxembourg mobilises stakeholders in innovative initiatives in CSR. The national representative member of CSR Europe, they organise working groups to explore and



11

'For SMEs, CSR may look a bit different. Having close contact with their employees, clients and communities, some of the elements of CSR will be so much first nature that they may not yet have established a strategy.'

test sustainable solutions and pilot projects, publish guides, and hold awareness raising events and conferences. Their work is divided into three distinct groups: people (inclusion and diversity, wellbeing at work, community engagement, youth, business and human rights); the planet (tackling climate change, natural resources and biodiversity, towards zero waste); and prosperity (responsible production and consumption, new economic approaches, social and solidarity economy, transparency and reporting).

One of the more recent projects of the IMS was the publication in February 2021 of the *Inclusion of LGBTI people in the workplace: Good practice guide* (published in French as *Inclusion des personnes LGBTI en entreprise: Bonnes pratiques, témoignages et ressources utiles*). Published jointly with the Diversity Charter Lëtzebuerg, the a national charter led by the IMS that can be signed by any organisation in Luxembourg committing to promoting diversity by 'concrete actions that go beyond legal obligations', it serves to guide employers in their responsibilities to ensure the inclusion and well-being of all of their employees (see IMS interview). The guide is readily available for download via the IMS website: imslux.lu.

10. 11. The sustainable business pillar sees every department in the Chamber of Commerce Group actively involved in assisting Luxembourg's enterprises, whether it's through the Economic Affairs' department's bulletins like *Actualités & Tendances* and *Baromètre de l'Économie* that address topics such as poverty and sustainability; International Affairs who promote the Chamber's member companies' know-how in sustainability on an international scene and connect them with the international business community; the House of Startups and Luxembourg City Incubator that support numerous innovative startups, including in environmental technologies; or the House of Entrepreneurship and their support and initiatives, including launching a temporary new job programme, JobSwitch, at the height of the pandemic in April 2020, which matched more than 500 people who had lost employment with temporary employment in sectors seeing increased workforce needs; or the dedicated training offer on CSR at the House of Training.

© Primatt photography (photo 10).
© Jean-Baptiste Moisy (photo 11).



Nancy Thomas
Director, IMS Luxembourg

'A more inclusive company... creates well-being, and retains its talents.'

The IMS (Inspiring More Sustainability) is Luxembourg's leading CSR network mobilising stakeholders in innovative initiatives. How have things evolved in Luxembourg over the past decade?

2015 marked a turning point in sustainable development: the *Paris Agreement*, the UN's *2030 Agenda* defining 169 targets and 17 sustainable development goals (SDGs), and in Luxembourg, the announcement of collaborative work on the third industrial revolution national strategy. Globally, this has been relayed by the media and citizens, pressing economic actors towards sustainable practices. Our organisation grows with our member companies and we started by making them aware of the various issues. Then, in 2012, we suggested that they take action alongside us through collaborative projects. A few of our collaborative projects are the *Zero Single-Use Plastic Manifesto* launched in 2018 (see Transition Kit news on page 29 / Corporate News), the Sciences-based Targets and Climate Action Luxembourg Task Force focusing on guiding our members towards carbon neutrality and beyond, or the Luxembourg Sustainability Forum conference organised each year by IMS.

Has the COVID-19 pandemic raised new concerns?

The pandemic led to almost global experimentation of remote work, showing that most teleworkers were not ready to efficiently balance digitalisation. IMS has been studying professional infobesity and hyperconnection since January 2019 and concern about these subjects has spread rapidly through 2020. Since most companies managed the technical support internally, IMS contributed as of April 2020 with events, tools, information circulation, and shares resources on www.imslux.lu.

IMS and the Diversity Charter Lëtzebuerg recently published a good practice guide on LGBTI inclusion at the workplace. Tell us more!

Every two years, the signatories of the national Diversity Charter are obliged to answer a questionnaire and we then analyse their practices and publish the results in the *Baromètre Diversité et Entreprise*. In 2016, the sexual orientation criteria was one of the legal criteria less treated by companies. That's why we decided to tackle that challenge. We started work in 2017 with several workshops and a first publication (*LGBTI Inclusion: Developing initiatives and best practices to enable everyone to be themselves*). This highlighted the lack of tools and concrete examples, hence this second publication (in French: *Inclusion des personnes LGBTI en entreprise: Bonnes pratiques, témoignages et ressources utiles*). The strength of this publication has been testimonies from those directly concerned and allies. The direct feedback is that in this way, we gradually break taboos and build confidence. A more inclusive company, and no matter what criteria of diversity we are talking about, allows its employees to be themselves, creates well-being, and retains their talents. The next step will be a focus on transgender people.



Anne-Marie Loesch

Head of Business Development & CSR; Luxembourg Chamber of Commerce

‘CSR is vital to a company’s future success.’

In 2019, CSR was further anchored in the heart of the Chamber of Commerce’s operations with the creation of the Business Development & CSR department, under your leadership. What are some CSR challenges that the Chamber of Commerce can help SMEs with, in concrete terms?

We have noticed an increasing interest in the business community when it comes to sustainable business practices and a need for guidance on implementation. In the past, companies often deployed CSR action plans on the periphery rather than as part of their core business. And sometimes they have embraced individual CSR actions intuitively without maybe acknowledging the value of a more structured, holistic approach. Today, there is a large consensus that CSR is vital to the long-term success of a company – in the future, every business will not only have to deliver financial performance, but also show how it makes a positive contribution to society and the environment, for example by reducing their environmental footprint and improving their value chain. And financial success in the long run is only possible with sustainable economic development.

As there is a need for guidance on strategic integration of environmental, social, and governance (ESG) priorities, the Plenary Assembly of the CC has set up a working group on sustainable development with three pioneering pilot sectors: industry, transport, and banking and insurance. In a bottom-up approach, corporate leaders aim to define 10 common sustainable development commitments for the Luxembourg business community. This common vision will be underpinned by an action plan to support companies in their CSR journey. We work closely with member companies, business associations and other partner organisations such as INDR, IMS, LIST, and more. Our aim is to bundle all existing know-how of all partner organisations and drive new initiatives responding to our members’ needs. A full ecosystem to help companies embrace sustainability.

What is the greatest value-add you have seen for companies that implement CSR strategies and obtain the INDR label?

CSR is vital to a company’s future success, a way to anticipate legal changes and get ahead of the curve. Proactiveness rather than reactivity. Key value items range from better risk management and cost-cutting, to easier access to finance and to attracting and retaining talent. CSR also provides an impetus to rethink products and processes and innovate to gain access to new markets. Various studies have shown that strong ESG performance is often linked to higher profitability and value creation to stakeholders, so there is definitely a business argument to CSR. As for labels and certifications, roughly 200 companies of various sizes and sectors currently hold the INDR label in Luxembourg. A third-party attests to the CSR compliance and performance, so this label provides trust and transparency, which is valuable in an era of green-washing and self-declarations.



‘While the needs of businesses, society, and the planet continue to evolve and present ever more complex challenges, innovative responses also continue to be developed and offer more opportunities to everyone. Luxembourg is rising to meet those challenges.’

12. 13. 15. The Chamber of Commerce’s internal CSR pillars dedicated to *people* and *planet* strive to be exemplary and are based on actions for its employees and for the environment, including offering fresh fruit to employees, encouraging use of the Government’s reusable plastic box initiative. Ecobox, for take away lunches, supporting soft mobility, and using hydropower electricity sourced in Europe. The fresh fruit is provided by local fruit distributor Grosbusch, who obtained their INDR label in 2016, the same year they planted a new orchard in Luxembourg to support the local economy, meet increasing demands for local and seasonal fruit, and sustain local bee populations.

© Gabriele Lässer / Unsplash (photo 12)

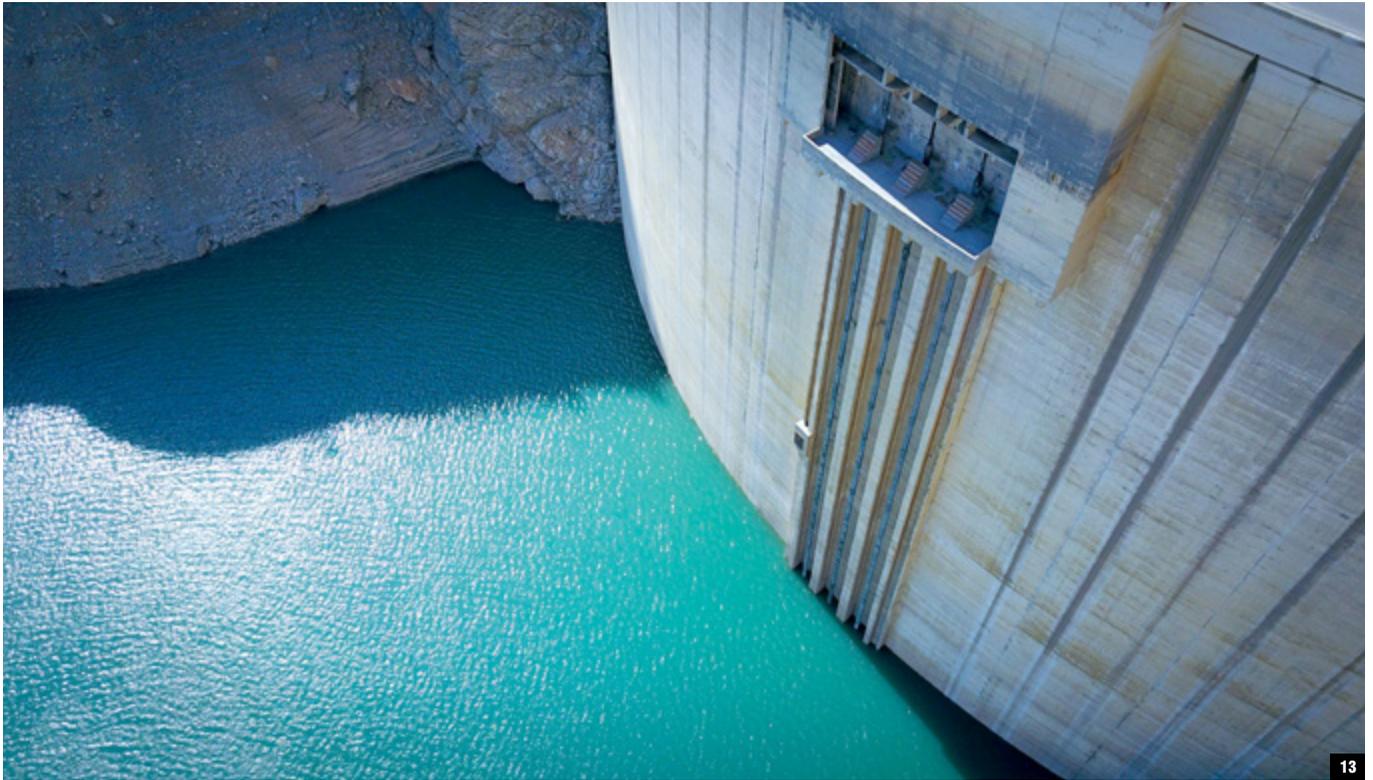
© Raphaël Biscaldi / Unsplash. Tignes Dam for hydropower, France (photo 13).

© Ecobox (photo 15).

CSR – A must for finance

Representing the finance sector, the Luxembourg Stock Exchange (LuxSE) has encouraged companies to adopt effective corporate governance practices since 2006 when they first published their principles of corporate governance. They have been regularly updated since then, most recently in 2017 when they were revised to include obligatory disclosure of CSR strategies. Principle 9 of the *X Principles of Corporate Governance* now reads: *‘the company shall define its corporate social responsibility policy with respect, including to it those responsibilities related to social and environmental aspects. It shall set out the measures taken for its implementation of that policy and shall provide for these to be adequately published’*. The principles are considered complementary to Luxembourg legislation and mandatory, that is: any Luxembourg company trading on a market operated by the Luxembourg Stock Exchange must adhere to them. LuxSE also has a dedicated CSR strategy, structured around four pillars: people, business, community, and planet, which in turn contribute to nine of the UN Sustainable Development Goals.

Current CEO of LuxSE, Julie Becker, has been involved in sustainable finance for



years. In 2016, she was behind the creation of the Luxembourg Green Exchange (LGX), which is the first initiative in global capital markets dedicated to green instruments. In September 2020, the LGX launched a sustainability database that has since been expanded to include more than 3,000 sustainable bonds listed worldwide, as well as increased their scope to include bonds linked to sustainability. The COVID-19 pandemic, rather than hindering interest in all things environmental, social, and governance (ESG), has in fact amplified interest.

Reflecting the increased interest in ESG despite the pandemic, the Luxembourg Sustainable Finance Initiative (LSFI) non-profit that was founded in January 2020 as an independent sustainable development advisory body to the Luxembourg Government, has recently, in early 2021, published their sustainable finance strategy. Their strategy rests on three pillars: awareness and promotion, unlocking potential, and measuring progress. The LSFI was originally conceived in 2018 as the *Luxembourg Sustainable Finance Roadmap*, a document drafted in partnership with the United Nations Environment Programme (UNEP) and providing recommendations on how to establish an effective sustainable finance strategy to contribute to the *UN 2030 Agenda* for

Sustainable Development and the 2015 *Paris Agreement* on climate change.

The Chamber of Commerce, a partner for CSR

If the INDR is geared towards guiding enterprises in implementing CSR and obtaining the CSR label, and the IMS as the national CSR body federates stakeholders and explores solutions, the role of the Chamber of Commerce within the CSR landscape in Luxembourg is more service oriented, reflecting its mission of protecting the interests of businesses and the Luxembourg economy and society overall.

Considering sustainability a key strategic topic for the future that is vital for the competitiveness of all organisations and companies, the Chamber of Commerce created a Business Development & CSR department in 2019. The department provides information and tools for direct action through the Chamber's 'Go-CSR initiative' (see interview on p. 54). A far-reaching CSR strategy that is at the service of the Chamber of Commerce Group and, by extension, Luxembourg's enterprises and economy, it is aligned with nine of the UN's 17 SDGs that are grouped into four pillars that represent the Chamber's priorities: sustainable

business, community, people, and the planet. The objectives of the strategy are to optimise the anchoring of CSR in companies and thus to succeed in the sustainable transition of the economy, increase positive impact, reduce environmental impact, and also show the value-add for everyone in adopting CSR strategies, which contribute not only to strengthening the attractiveness of Luxembourg as a dynamic, prosperous and sustainable economic centre, but also as a source of well-being for all.

Within the Chamber of Commerce Group, the four pillars of Go-CSR are represented by a wide variety of concrete actions that directly implicate employees and their work for Luxembourg's enterprises. The *sustainable business* pillar sees every department in the Chamber of Commerce Group actively involved in assisting Luxembourg's enterprises, whether it's through the Economic Affairs' department and their publications such as the *Actualités & Tendances* and *Baromètre de l'Economie* bulletins, which address issues like poverty, circular economy and other topics related to sustainability; International Affairs, who promote the Chamber's member companies' know-how in sustainability on an international scene and connect them with the international business community (find the new guide



14



Work as you are

May is EU Diversity Month and 20 May 2021 is Diversity Day!

Diversity Day offers companies an opportunity to share their diversity projects! This year's celebrations may look different due to the pandemic but as always in challenging times, the challenge is an invitation for innovation!

When? On 20 May 2021, all day.

Where? All over Luxembourg.

For whom? All Luxembourg enterprises.

■ More info: chartediversity.lu/en/events/diversity-day-2021



Corporate social responsibility is...

Find our detachable poster at the back of the magazine!

on the [cc.lu](https://www.cc.lu) website); the House of Startups and Luxembourg City Incubator that support numerous innovative startups, including in UrbanTech and environmental technologies (see Starting Blocks, p. 84); the House of Entrepreneurship and their support and initiatives, including launching a temporary job programme, JobSwitch, at the height of the pandemic in April 2020, which matched more than 500 people who had lost employment with temporary employment in sectors seeing increased workforce needs; or the dedicated training offer on CSR at the House of Training.

In order to gain momentum in the adoption of sustainable business practices, the Plenary Assembly of the Chamber of Commerce created a Working Group dedicated to Sustainable Development in 2020. Currently, this working group includes 25 companies from the industry, transport, and banking and insurance sectors. In a bottom-up approach, the Chamber identifies business needs and is in the process of co-creating an action plan to support companies in their CSR journey. This project is carried out in an inclusive approach with all relevant stakeholders in the field of CSR (business federations, partner organisations, research institutes, ...) and aims to bring relevant action plans involving all the existing know-how of the Chamber's partner organisations to their member companies.

And then there is the *community* pillar, which, among other things, supports youth through school-enterprise (*Relation Ecole-Entreprise*, REE) workshops that prepare them for their future careers and encourage entrepreneurship; as well as House of Training educational programmes. For the internal pillars dedicated to *people* and *planet*, the Chamber of Commerce strives to be exemplary, working on actions for its employees and for the environment, including providing fresh, local fruit, encouraging use of the Government's reusable plastic box initiative, Ecobox, for take away lunches, supporting soft mobility, and using hydropower electricity sourced in Europe. Recently, the Chamber of Commerce also analysed its carbon footprint, which is a good tool to have a concrete view of future projects with impact. This list is by no means exhaustive but paints a more complete picture of the Luxembourg Chamber of Commerce's dedication to CSR across their activities and commitments, both internally and externally for their employees and the enterprises they support.

The countdown to 2030

In January 2019, with just over ten years to go to meet the United Nations' Sustainable Development Goals (SDGs) as part of their *2030 Agenda for Sustainable Development*,



15

14. Left to right: H. E. Mr François Bausch, Minister for Mobility and Public Works, Mr Carlo Thelen, CEO, Chamber of Commerce, and H. E. Mr Han-Maurits Schaapveld, Ambassador of the Kingdom of the Netherlands to Luxembourg on Netherlands-Luxembourg Smart & e-Mobility Day.

© Emmanuel Claude / Focalize

‘If the INDR is geared towards guiding enterprises in implementing CSR and obtaining the CSR label, and the IMS as the national CSR body federates stakeholders and explores solutions, the role of the Chamber of Commerce within the CSR landscape in Luxembourg is more service oriented, reflecting its mission of protecting the interests of businesses and the Luxembourg economy and society overall.’

the European Commission published the *Reflection paper: towards a sustainable Europe by 2030*, to outline a roadmap and trigger discussion among all stakeholders for how best to enable the transition towards sustainability, using the UN’s Sustainable Development Goals (SDG) as a guide. The paper presented three possible scenarios to consider, the first included future policies and activities, regional and local, to deliver by 2030; the second functioned more as inspiration and guidance, thus giving more freedom to Member States, regional and local, ‘to decide whether and how they adjust their work to deliver on the SDGs’; and the third option focused more on helping other countries around the world in their progress, promoting ESG standards through trade agreements and multilateral negotiations, and working more closely with international organisations on these goals. This document was also preparation for the EC’s *Strategic Agenda 2019–2024*, which would follow it and has four priorities: protecting citizens and freedoms; developing a strong

and vibrant economic base; building a climate-neutral, green, fair and social Europe; and promoting European interests and values on the global stage. Also in 2019, the EC published an overview of their progress since 2011 on implementation of CSR as a Staff Working Document, *Corporate Social Responsibility, Responsible Business Conduct, and Business & Human Rights: Overview of Progress*.

In terms of legislation, in addition to Directive (EU) 2019/904 on reducing single-use plastics starting in 2021, Directive (EU) 2019/1937 was published in late 2019, ‘on the protection of persons who report breaches of Union law’. Commonly known as the ‘whistleblower law’, it is meant to protect the people who expose and prevent breaches of law that could threaten or harm the public and thus safeguard the welfare of society. It is to be implemented by 17 December 2021 and enforced by 2023. Legislation specifically on sustainable corporate governance is also scheduled for 2021.

CSR initiatives and legislation in both the private and public sectors are growing by the day in Europe, Luxembourg, and the wider world overall. As the negative impact of our ways of consuming, living and working reverberate around us in ever more painfully visible ways, such as dramatic environmental events caused by climate change, as well as serious health issues and new health issues, like COVID-19 burnout, which could soon lead to new legislation on the right to disconnect digitally from work, consumers and the public in general continue to demand transparency and change from corporations, government, and each other, for a better tomorrow.

While the needs of businesses, society, and the planet continue to evolve and present ever more complex challenges, innovative responses also continue to be developed and offer more opportunities to everyone. Luxembourg is rising to meet those challenges. ■

More info:

- imslux.lu
- indr.lu
- www.esr.lu
- www.csreurope.org
- www.globalreporting.org
- www.unglobalcompact.org

— INDUSTRIE —

Les PME au cœur de la nouvelle stratégie européenne

TEXTE Christine Elsen, Christophe Kieffer, Affaires économiques, Chambre de Commerce**PHOTOS** ArcelorMittal, Fanuc Benelux

«L'UE insiste sur le fait que le marché unique - qui garantit la libre circulation des biens, des services, des capitaux et des personnes - ainsi que les accords de libre-échange avec les pays tiers, joueront un rôle primordial dans un avenir proche.»

Face à de forts vents contraires, l'industrie européenne doit plus que jamais confirmer son rôle de moteur économique. Dans ce contexte, grâce à une nouvelle stratégie industrielle qui met en avant le rôle clé des petites et moyennes entreprises (PME), la Commission européenne vise une double transition vers la neutralité climatique et le leadership digital tout en consolidant la position de précurseur de l'Union européenne (UE) sur une scène mondiale de plus en plus compétitive.

L'industrie a longtemps été la colonne vertébrale de l'économie européenne. Aujourd'hui, ce secteur représente environ un cinquième de la valeur ajoutée totale de l'UE, est à l'origine de 80% de ses exportations et emploie 35 millions de salariés. Cependant, au début d'une nouvelle décennie, elle est, comme tous les secteurs économiques de l'UE, confrontée à de forts vents contraires : le choc de la Covid-19 en tandem avec la prédominance de l'ère numérique, une concurrence mondiale croissante et une crise climatique qui se profile à l'horizon, mettent en lumière quelques défis majeurs pour la communauté européenne.

Peu avant l'émergence de la pandémie de la Covid-19, au printemps 2020, la Commission européenne a présenté sa nouvelle stratégie industrielle pour l'Europe, dans le contexte de ses priorités stratégiques à l'horizon 2024. Pour être à la hauteur de son ambition de devenir «le catalyseur du changement et de l'innovation», l'industrie européenne doit entamer une double transition vers la neutralité climatique et le leadership numérique, tout en consolidant sa position de précurseur sur une scène mondiale de plus en plus compétitive. La crise actuelle de la Covid-19, avec toutes ses répercussions, rend à son tour encore plus évidente la nécessité d'agir pour assurer une reprise solide et pour construire une Europe plus verte, numérique et résiliente. La politique industrielle de l'UE sera fondée sur trois socles : la compétitivité mondiale, la

transition verte et la transition numérique. Enfin et surtout, le rôle incontournable des PME européennes est mis en avant.

Renforcer la compétitivité de l'industrie européenne à l'échelle mondiale

L'heure est au basculement des influences géopolitiques : la Chine est en pleine ascension, tandis que la confiance dans les États-Unis en tant que leader de l'Occident se détériore. Simultanément, de nouvelles puissances économiques émergent et les tensions, tant sur le plan politique que commercial, ne cessent de s'intensifier. Dans ce contexte, l'UE souligne l'importance du libre-échange et des conditions de concurrence équitables.

L'UE insiste en particulier sur le fait que le marché unique, qui garantit la libre circulation des biens, des services, des capitaux et des personnes, et les accords de libre-échange avec les pays tiers, joueront un rôle primordial dans un avenir proche. En outre, la Commission européenne promeut les valeurs européennes ainsi que les principes d'économie sociale de marché (fondée sur la concurrence et l'ouverture des marchés) aux quatre coins de la planète.

Parmi toute une panoplie d'initiatives, un mécanisme d'ajustement carbone aux frontières est en cours de réflexion. Complémentaire au système d'échange de quotas

«L'industrie, émettrice d'environ un quart des émissions totales de CO₂, sera la clé de voûte de la transition verte, mais il s'agira d'un effort collectif, en collaboration étroite avec le secteur public et les autres acteurs économiques concernés.»

d'émission de l'UE qui vise à lutter contre le changement climatique via la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) des installations grandes consommatrices d'énergie et des compagnies aériennes, la Commission européenne estime qu'il permettra de prévenir les fuites de carbone et d'assurer une concurrence équitable. En effet, il évite que l'Europe contraigne ses industries à des normes exigeantes en son sein tout en important des biens dont la production accélère le réchauffement climatique.

Un autre élément clé de la stratégie européenne, dont l'importance est exacerbée par la crise actuelle, est le développement d'une nouvelle stratégie pharmaceutique, ayant comme objectif de réduire la dépendance par rapport aux pays tiers et de garantir la sécurité de l'approvisionnement en produits pharmaceutiques.

Transformer le défi climatique en une opportunité unique

Étant donné que l'activité humaine a significativement contribué au réchauffement climatique, la communauté internationale est appelée à inverser cette tendance alarmante en réduisant drastiquement ses émissions de GES. Sur cette toile de fond, la Commission européenne a introduit le Pacte vert, un plan d'action qui a pour objectif ultime de faire de l'Europe le premier continent climatiquement neutre d'ici 2050. L'industrie, émettrice d'environ un quart des émissions totales de CO₂, sera la clé de voûte de cette transition verte, mais il s'agira d'un effort collectif, en collaboration étroite avec le secteur public et les autres acteurs économiques concernés.

Une première étape importante pour réduire l'empreinte carbone tout au long de la chaîne de valeur est de s'éloigner du

01. L'Union européenne soutiendra le développement de technologies de pointe, permettant notamment de réintégrer les déchets de production dans le processus de fabrication, dans des industries à forte intensité énergétique telles que l'acier (ici, ArcelorMittal), le ciment et les produits chimiques de base.



modèle économique linéaire (extraire-fabriquer-consommer-jeter) et d'intégrer la circularité dans l'ensemble de l'économie (produire-consommer-réutiliser). Afin d'y parvenir, l'UE soutiendra le développement de technologies de pointe, permettant de réintégrer les déchets de production dans le processus de fabrication, dans des industries à forte intensité énergétique telles que l'acier, le ciment et les produits chimiques de base.

La sécurisation de l'approvisionnement en énergie propre à un prix abordable constitue une seconde priorité dans le processus de modernisation des industries à forte intensité énergétique. À cette fin, une stratégie industrielle ambitieuse dans le domaine des énergies renouvelables, entre autres, permettra de faire d'une pierre deux coups : d'une part, elle offrira à l'UE un *first-mover-advantage* et, d'autre part, contribuera à répondre à l'augmentation significative de la demande d'électricité due à la double transition verte et numérique. La vision pour l'hydrogène renouvelable (c'est-à-dire l'hydrogène provenant de sources d'énergies renouvelables), qui doit encore devenir commercialement viable, s'y inscrit également.

Une feuille de route pour le leadership numérique

Les technologies numériques, qui bouleversent actuellement notre façon de

travailler, devront être pleinement adoptées pour libérer tout le potentiel inexploité des entreprises, qui s'élève, d'ici 2030, à 2.200 milliards d'euros de valeur ajoutée dans l'UE par rapport à 2017 selon la Commission européenne¹. Le renforcement des investissements dans des domaines porteurs tels que l'intelligence artificielle, l'analyse des données et l'infrastructure numérique sera donc crucial pour propulser l'Europe en tant que leader dans la troisième ère industrielle.

Ainsi, le déploiement d'un réseau 5G hautement sécurisé sera un catalyseur majeur des futurs biens et services numériques (tels que les véhicules autonomes ou les réseaux électriques intelligents) et se situera au cœur de la vague d'innovations dans le domaine industriel. Par ailleurs, il sera d'autant plus important de pouvoir s'appuyer sur des champions européens dans le domaine de la télécommunication.

Pour s'engager avec succès dans ce voyage numérique et vert, l'UE ancre les PME au cœur de sa politique industrielle.

1. Commission européenne (2020), «Shaping the digital transformation in Europe»

02. Pour améliorer la productivité et la compétitivité de l'industrie européenne, le renforcement des investissements dans l'innovation technologique de pointe peut contribuer à propulser l'Europe au rang de leader dans la troisième ère industrielle (ici, Fanuc)

Les défis des PME et les solutions prometteuses

En représentant 99 % du nombre total d'entreprises, les PME forment le poumon économique de l'Europe. Elles sont en outre pourvoyeuses de deux emplois sur trois. Il est donc essentiel au bon fonctionnement de l'économie qu'elles s'adaptent aux défis de demain. Réciproquement, il est primordial d'exploiter leur potentiel afin de garantir la compétitivité et la prospérité de l'Europe dans le futur.

Dans ce but, la Commission prévoit, tout d'abord, de renforcer le soutien à la transition environnementale et numérique, afin de réaliser la neutralité climatique et d'exploiter pleinement la digitalisation. Jusqu'à présent, seuls 17 % des PME ont intégré les technologies numériques et 25 % proposent des services ou produits verts. Pour accélérer cette tendance, les nouvelles mesures prévoient le renforcement du réseau

« Le renforcement des investissements dans des domaines porteurs tels que l'intelligence artificielle, l'analyse des données et l'infrastructure numérique sera donc crucial pour propulser l'Europe en tant que leader dans la troisième ère industrielle. »



02

«*Entreprise Europe Network*», déjà présent au sein de la Chambre de Commerce, par des conseillers en matière de durabilité et le développement des pôles d'innovation numérique. De plus, comme la pénurie de main-d'œuvre qualifiée dans le numérique constitue un défi majeur pour 70 % des PME, des formations accélérées dans des domaines comme l'intelligence artificielle, la cybersécurité et la technologie blockchain seront mises en place.

Ensuite, la stratégie se concentre sur l'amélioration de l'accès au marché unique via la réduction de nombreux obstacles, comme la complexité des mesures administratives et des procédures relatives à la prestation transfrontalière de services. En complément, la norme «*Start-up Nations*» vise à stimuler l'activité des jeunes pousses.

Le dernier pilier vise à créer un environnement plus propice et inclusif pour diversifier les sources de financement et privilégier les investissements dans les technologies vertes. De ce fait, l'accès au financement, souvent compliqué pour les PME en raison de leur taille et de garanties insuffisantes, est facilité par l'intermédiaire d'un fonds pour les introductions en bourse des PME et des services d'audit technologique

« Jusqu'à présent, seuls 17 % des PME ont intégré les technologies numériques et 25 % proposent des services ou produits verts. »

préalable, afin de couvrir les investissements nécessaires.

Pour garantir l'engagement politique en faveur de ces mesures, un représentant de l'UE pour les PME sera nommé. Son rôle sera de servir de point de contact entre les institutions européennes et les représentants des PME pour évaluer les obstacles à l'implémentation de la stratégie et élaborer des solutions en commun.

Quoi qu'il en soit, le soutien aux entreprises européennes et à leur croissance seront cruciaux pour relever les défis socio-économiques de demain. —



**EVER THOUGHT
OF DOING BUSINESS
IN LUXEMBOURG?**

HOUSE OF ENTREPRENEURSHIP

T.: (+352) 42 39 39-330 - info@houseofentrepreneurship.lu - 14, rue Erasme - L-1468 Luxembourg

Are you looking for a safe environment ideally located in the heart of Europe to develop your business?

The Grand-Duchy of Luxembourg offers a multicultural, multilingual, highly qualified task force, state-of-the-art IT and logistics infrastructures, political and social stability, and a high quality of life.

**CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG**

**HOUSE OF
ENTREPRENEURSHIP**
powered by the Luxembourg Chamber of Commerce

FOLLOW US: [t](#) [f](#) [in](#) @LUHOUSEOFENTREPRENEURSHIP @CCLUXEMBOURG

WWW.HOUSEOFENTREPRENEURSHIP.LU / WWW.CC.LU

— ECONOMIE CIRCULAIRE —

D'une aventure individuelle à une aventure collective

TEXTE Hoai Thu Nguyen Doan, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Bret Hartman/TED et Pierre Guersing/Chambre de Commerce

01. La Fondation Ellen MacArthur, créée en 2010 par la navigatrice britannique, s'est donné pour mission d'accélérer la transition vers l'économie circulaire.



Un des défis les plus redoutables du 21^e siècle est de déjouer l'engorgement inéluctable de nos économies linéaires, dont la croissance repose sur l'engloutissement exponentiel de ressources matérielles, humaines et financières, dans un monde où rien n'est infini. Selon les estimations du think tank écologique américain *Global Footprint Network*, au rythme actuel, la planète Terre aurait besoin d'une année et quatre mois pour régénérer ce qui est actuellement consommé en un an. L'ombre du goulet d'étranglement économique plane. Limite plutôt que mythe, il rend le changement de paradigme indispensable.

En guise de réponse, pour sécuriser un futur social et économique plus résilient et inclusif, le Luxembourg mène sa stratégie «Troisième Révolution Industrielle¹» (TIR), dont la pierre angulaire est l'évolution d'une économie linéaire dispendieuse, vers une économie circulaire plus frugale en intrants économiques, mais néanmoins plus efficiente. L'Accord de coalition pour la période 2018-2023 mentionne ainsi, près d'une trentaine de fois, l'économie circulaire comme levier de changement social et économique.

Changer de cap pour éviter l'écueil

Pour bien comprendre ce qu'est l'économie circulaire, faisons un petit bond dans le passé. En 2005, la navigatrice Ellen MacArthur marquait un nouveau record mondial du tour du monde à la voile en solitaire, en l'achevant en 71 jours. Ce périple en tête-à-tête avec l'océan lui fit réaliser qu'en vase clos, chaque ressource compte et que la surconsommation d'un jour est susceptible de nuire aux performances du lendemain, voire causer l'échec de l'expédition. Extrapolée à l'échelle de la planète, cette réflexion aboutissait à une

«Le déploiement des principes circulaires, appliqués à divers secteurs économiques, aurait le potentiel de générer de 300 millions à 1 milliard d’euros d’économies en matières premières par an, tout en créant plus de 2 200 emplois dans les années à venir.»

02. La stratégie de Troisième Révolution Industrielle, initiée par le Luxembourg en 2015, visait déjà à préparer le pays, sa société et son économie à un futur plus résilient et inclusif.



conclusion encore plus sombre: sans ligne d’arrivée, sur un temps indéfini, consommer moins ne ferait que repousser le moment inéluctable où les ressources seraient épuisées. Sans changement de cap, l’écueil était une certitude. Des théories économiques proposant de découpler croissance économique et consommation de ressources existent déjà depuis les années 1970, bien que peu populaires. Ces idées gagnèrent un terrain plus significatif vers les années 1990 et deviendront incontournables à partir de 2010, lorsqu’Ellen MacArthur créa la Fondation éponyme afin de promouvoir l’économie circulaire en tant que nouveau modèle économique dans le monde.

Un potentiel à faire tourner les têtes

Quatre ans plus tard, au Luxembourg, la première étude sur le potentiel de l’économie circulaire² fut réalisée. Selon le document de travail, le déploiement des principes circulaires, appliqués à divers secteurs économiques, aurait le potentiel de générer de 300 millions à 1 milliard d’euros d’économies en matières premières par an, tout en créant plus de 2.200 emplois dans les années à venir. L’économie circulaire est un puissant dopant social, économique et écologique – comme l’explique en détail la publication *Actualité & Tendances n°22: Le train de l’économie circulaire est en marche* publiée par la Chambre de Commerce en juin 2019. C’est pourquoi l’économie circulaire constitue aujourd’hui un principe essentiel qui s’inscrit au cœur de nombreuses politiques de développement dans les secteurs public et privé.

D’un concept global à une économie circulaire luxembourgeoise «sur mesure»

Un pas supplémentaire est alors réalisé: d’un concept général d’économie circulaire, le Luxembourg affine sa réflexion sur la

résilience et entreprend de bâtir une économie circulaire «sur mesure». Pour servir de fondations à cette vaste entreprise, un processus participatif mené par le Conseil (national) Supérieur pour un Développement Durable (CSDD) a permis d’élaborer une définition nationale, selon laquelle l’économie circulaire serait un «*modèle économique qui tend à préserver les ressources et à encourager les solutions locales et solidaires*», tout en visant à «*augmenter la résilience*».

Parce qu’elle consiste en une transformation profonde des habitudes de consommation, de production et de vie, la réussite de la transition vers une économie plus durable dépend de la bonne volonté de la société civile, des entreprises et des autorités publiques, ainsi que de leur capacité à collaborer. Pour organiser cet effort collectif au mieux, le Gouvernement a présenté, en février 2021, une stratégie nationale pour une économie circulaire³ (ci-après la SNEC). Celle-ci vise à «*fournir une vision et des orientations claires aux citoyens et aux marchés*» et à «*impliquer l’ensemble des parties prenantes, tant publiques que privées, dans l’élaboration conjointe de nouvelles chaînes de valeurs pour les produits et services*». La SNEC dérive sa vision du rapport TIR, en ce qu’elle vise à faire du Luxembourg un pays «*où tous les marchés seront alignés par rapport à l’économie circulaire*». Elle fournit une feuille de route pour déployer l’économie circulaire dans 6 secteurs clés (alimentation et biomatériaux, construction, éducation et formation, finance, industrie et secteur marchand) et propose à cet effet, un ensemble d’outils et de méthodes. Si le document de travail encourage vivement la coopération entre les secteurs public et privé, il souligne aussi l’importance de l’intervention de l’État en tant que fédérateur, incitateur et guide. Dans ce cadre, la SNEC prévoit la mise en place d’une structure centralisée de gouvernance pour réunir, connecter et stimuler l’ensemble des initiatives circulaires nationales. En outre, elle mentionne l’existence de

3 leviers étatiques, dont l’activation pourrait encourager la transition vers une économie plus durable: la réglementation et la mise en place de standards, les incitatifs financiers et la gestion de la connaissance. La SNEC est basée sur un processus itératif qui a pour origine des concepts préalablement éprouvés. Elle est un document ouvert destiné à être complété au fur et à mesure de sa mise en œuvre afin d’y intégrer l’expérience nouvellement acquise et d’assurer son alignement avec les évolutions de la réalité économique nationale et internationale. À terme, la SNEC vise à positionner le Luxembourg en tant que centre dynamique de l’économie circulaire. Pour contribuer à cet effort national et, elle aussi, «*servir de catalyseur et de multiplicateur pour les initiatives du terrain au niveau national et régional*», la Chambre de Commerce prépare, entre autres, une deuxième publication sur l’économie circulaire prévue pour le second semestre 2021. Focalisée sur l’aspect pratique, cette dernière «*démystifiera*» les principes circulaires, afin de guider les entreprises dans leur quête de la résilience.

L’économie circulaire est la voie choisie par le Luxembourg pour atteindre un modèle où les progrès économiques, sociaux et environnementaux évolueraient conjointement vers une trajectoire ascendante. Au bout du chemin, cette aventure collective qu’est la transition circulaire, sera récompensée notamment par la résilience, principe inscrit au cœur de l’Agenda 2030 des Nations Unies pour un développement durable. —

1. <https://www.troisiemerevolutionindustrielle.lu/>
 2. EPEA – Etude «Luxembourg as a knowledge capital and testing ground for the circular economy» - Décembre 2014
 3. <https://gouvernement.lu/dam-assets/documents/actualites/2021/02-fevrier/08-strategie-economie-circulaire/20210208-Strategie-economie-circulaire-Luxembourg.pdf>

— GOUVERNANCE ÉLECTRONIQUE —

Une nouvelle stratégie pour accélérer la digitalisation de l'administration

TEXTE Nicolas Liebgott, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Klara Kulikova/Unsplash

La stratégie «Gouvernance électronique 2021-2025», élaborée conjointement par le ministère de la Digitalisation et le Centre des technologies de l'information de l'État (CTIE) et adoptée au début du mois de février 2021, s'inscrit dans la volonté de l'État d'offrir des services publics numérisés qui proposent une réelle plus-value pour les citoyens et les entreprises. Alors que le *Digital Economy and Society Index* note une véritable progression du Grand-Duché concernant les services publics numériques, le pays passant de la 18^e à la 14^e place parmi les pays de l'Union européenne, et que la fréquentation de la plateforme MyGuichet n'a jamais été aussi importante que durant l'année 2020, l'enjeu est de profiter de cette dynamique pour pérenniser l'eGovernment dans le temps.

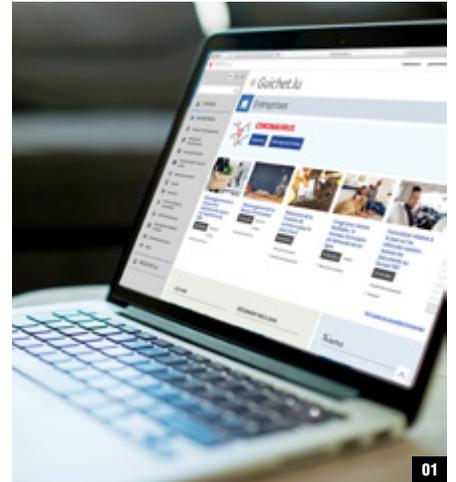
La stratégie nationale en matière de digitalisation administrative s'articule autour de deux axes majeurs : d'une part, accroître l'usage des services publics en ligne par les citoyens et les entreprises et, d'autre part, digitaliser à 100% l'administration.

Faciliter l'usage des services publics en ligne

La première partie de la stratégie s'attache à rendre l'eAdministration attractive pour les usagers, d'abord en rendant les services publics en ligne plus ergonomiques et accessibles, mais aussi en investissant dans un haut niveau de sécurité de ces services. Il est indéniable que la crise sanitaire a considérablement changé le rapport des usagers à l'administration numérique. Ainsi, plus de 2 millions de démarches ont été transmises via MyGuichet en 2020, contre 553.000 en 2019. Mais le confinement du printemps 2020 avait aussi montré les failles de l'eAdministration luxembourgeoise : en témoigne les difficultés lors de la mise en place de la procédure en ligne de demande de chômage partiel ou encore le manque de communication ciblée pour alerter les entreprises de potentielles aides auxquelles elles pouvaient prétendre. La nouvelle stratégie

«Gouvernance électronique» semble vouloir répondre à ces lacunes, tout au moins partiellement, et se veut créer un service public en ligne moderne au Luxembourg.

Le plan prévoit, de fait, d'évoluer vers une administration en ligne beaucoup plus ergonomique et accessible. L'objectif affiché est de permettre son utilisation par tous les usagers grâce à des démarches simplifiées. La plupart des entrepreneurs travaillent aujourd'hui sur des supports mobiles, notamment les tablettes connectées. À cet effet, le ministère de la Digitalisation veut accroître le développement d'applications mobiles, afin de répondre à ce nouvel environnement de travail des entreprises, et faciliter leurs interactions avec l'administration. Pour rendre les services publics en ligne plus attractifs, le corollaire à cette action est, pour l'administration, de décomplexifier les démarches en ligne grâce à l'implémentation de formulaires préremplis dispensant de certaines étapes intermédiaires encore nécessaires aujourd'hui. Pour encourager l'utilisation des démarches en ligne, le gouvernement souhaite aussi s'inspirer de l'offre existante dans le domaine des services en ligne privés, notamment en ce qui concerne l'identification électronique via empreinte digitale.



01. L'un des pivots de la stratégie d'eGovernment du Luxembourg est la plateforme MyGuichet grâce à laquelle les particuliers et les entreprises peuvent finaliser de plus en plus de démarches administratives sans se déplacer auprès des administrations.

02. La plupart des entrepreneurs travaillent désormais sur des supports mobiles comme les tablettes connectées. Les progrès réalisés dans la digitalisation des démarches administratives devraient leur simplifier la tâche, à l'avenir.

« Pour rendre les services publics en ligne plus attractifs, il est nécessaire de décomplexifier les démarches grâce à l'implémentation de formulaires préremplis dispensant les usagers de certaines étapes intermédiaires. »

Un volet majeur pour encourager l'usage des démarches administratives en ligne, présenté dans la stratégie « Gouvernance électronique », est la personnalisation des interactions entre l'utilisateur et l'administration. La technologie actuelle permet la mise en place de recommandations individuelles pour chaque citoyen ou entreprise. Ces recommandations peuvent s'appuyer à la fois sur des facteurs externes comme la saisonnalité des demandes, mais aussi sur un profilage automatique de l'utilisateur. En ce qui concerne les entreprises, l'interface serait également personnalisée : une PME ne nécessite pas le même guidage dans ses interactions en ligne avec l'administration qu'une grande entreprise.

Pour accroître le nombre de démarches effectuées en ligne, la stratégie ambitieuse également d'investir dans la confiance des usagers. Le plan prévoit ainsi la mise en œuvre du plus haut niveau possible de sécurité informatique et la mise en place d'une politique de cyberdéfense efficace.

Une administration 100% digitale

Cet usage simple et rapide de l'eAdministration ne pourra pas se faire sans une administration totalement digitalisée. Actuellement, tous les ministères et toutes les démarches n'en sont pas au même niveau de digitalisation, ce qui n'est pas sans poser certains soucis quant aux démarches en ligne transverses et qui concernent plusieurs administrations.

Un des principaux objectifs est de créer un environnement unique concernant la gestion électronique des documents. Actuellement, il existe encore des silos propres à chaque administration. Avec un système unique, chaque administration pourrait



02

alors consulter la totalité d'un dossier en permanence. Parallèlement à cela, la volonté est de permettre à chaque entreprise ou citoyen de pouvoir suivre en temps réel l'état d'avancement de ses démarches, notamment lorsqu'elles concernent plusieurs administrations. La stratégie « Gouvernance électronique » recommande donc de mener une réflexion pour rendre ce *tracing* obligatoire concernant les démarches électroniques sur MyGuichet.

Le ministère de la Digitalisation souhaite également que les données recueillies soient conservées à jour, afin d'être réemployées par les autres administrations, en vue de soulager les démarches que doit entreprendre l'utilisateur.

Pour appuyer aux mieux les différents projets de digitalisation des ministères, le CTIE a été choisi pour être l'organisme de référence, afin d'aiguiller les différentes administrations et de s'assurer que les projets sont menés dans les délais et le budget impartis.

Pour parvenir à cette eAdministration moderne et efficace, le gouvernement veut

s'appuyer sur 6 principes fondamentaux des services publics numériques : le *Once Only*, le *Digital by default*, la transparence, l'inclusion et l'accessibilité, la fiabilité et la sécurité, ainsi que l'interopérabilité des plateformes.

Dans sa publication *Actualité & Tendances* n° 25, éditée en juillet 2020, consacrée à ses idées pour la relance, la Chambre de Commerce identifiait la digitalisation des services publics comme un levier essentiel pour la relance de l'économie luxembourgeoise. Si la stratégie « Gouvernance électronique » semble prendre la bonne direction, d'importantes avancées restent encore à réaliser concernant la durée des procédures administratives, notamment la mise en place du principe *Only Once*, du *Think Small First*, ou encore la mise à disposition d'outils pour la facturation électronique des PME, par exemple. Une digitalisation réussie des services publics serait un gain de temps et d'argent considérable pour les entreprises. —

Show and tell

«La crise sanitaire a agi comme le révélateur d'une confiance en berne qu'il convient de renforcer, voire de restaurer.»



01



03

03. (De g. à dr.) : Carlo Thelen, Nicolas Weber de Silió, ST.GALLEN SYMPOSIUM, Jean-Claude Juncker, Emil Cruewell, Responsable ST.GALLEN SYMPOSIUM for BeNeLux, United Kingdom & Ireland



02

01. Dans son mot de bienvenue, Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce a souligné l'importance de l'Europe pour l'économie luxembourgeoise. Ce qui se vérifiait déjà avant la crise, s'est confirmé pendant celle-ci. L'unité de l'Europe est primordiale pour sortir de cette crise et limiter ses effets sociaux et économiques déléterés.

02. (De g. à dr.) : Kira Marie Peter-Hansen, députée européenne, membre du groupe des Verts/Alliance libre européenne (sur l'écran), Valérie Schafer, historienne, professeure d'histoire européenne contemporaine à l'Université du Luxembourg et Jean-Claude Juncker, ancien Premier ministre du Luxembourg et ancien président de la Commission européenne, lors de la réception luxembourgeoise du Symposium de Saint Gall, organisée à la Chambre de Commerce le 26 mars 2021.

— SYMPOSIUM DE SAINT-GALL — Renforcer la confiance dans l'Union Européenne

TEXTE Sidonie Paris, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Marie De Decker

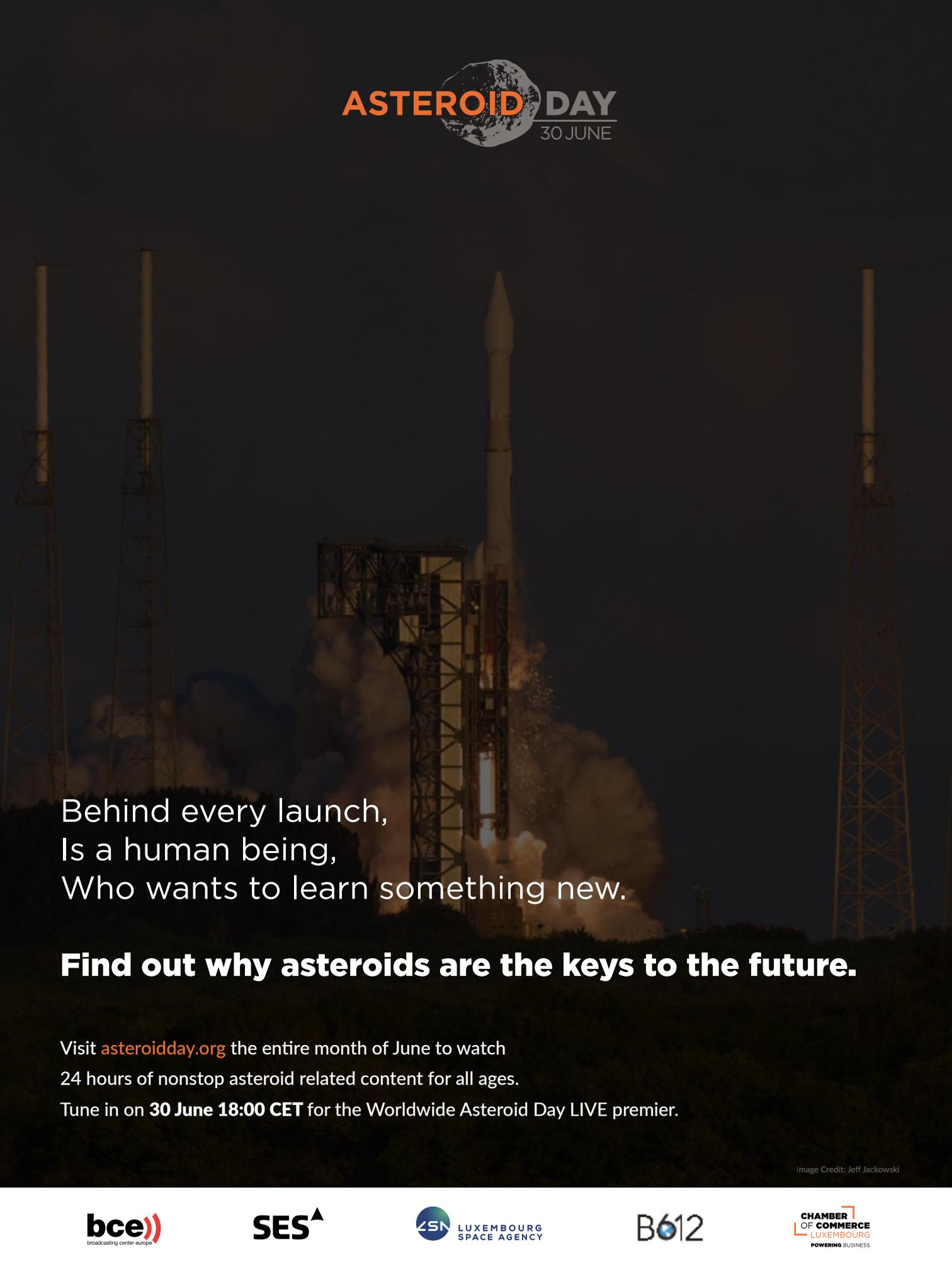
La thématique du Symposium de Saint-Gall en 2021, « *Trust Matters* », met l'accent sur un élément central du bon fonctionnement de nos démocraties européennes, qui conditionnera, pour une large part, l'ampleur de la relance économique dans un contexte post-crise sanitaire. Dans ce cadre, l'événement qui s'est tenu à la Chambre de Commerce le 26 mars, fut l'occasion d'un échange de vues sur le thème « *Trust on the EU* » entre Jean-Claude Juncker (ancien Premier ministre du Luxembourg et ancien président de la Commission européenne) et Kira Marie Peter-Hansen (députée européenne, membre du groupe des Verts/Alliance libre européenne).

L'édition 2021 de la réception luxembourgeoise du Symposium de Saint-Gall a porté sur la confiance, ciment de toute société démocratique, garant de la cohésion sociale, du bien-être et de la faculté à mener des projets communs. Alors que ces derniers mois, la crise de la Covid-19 a mis en exergue le rôle clé de la confiance – tant entre individus que vis-à-vis des institutions –, il y a lieu de s'interroger sur cette notion, indispensable mais parfois ambiguë. Comment définir la notion de « confiance », et particulièrement la « confiance dans l'UE » ? Quels sont les facteurs explicatifs du niveau de confiance de la population d'un pays ? Comment maintenir, voire restaurer cette confiance dans une période marquée par le Brexit, la montée des nationalismes et des populismes et la crise de la Covid-19 ? Enfin, comment favoriser la confiance des citoyens européens dans les technologies digitales et particulièrement, dans la gestion de leurs données personnelles ? L'édition de cette année a ainsi été l'occasion de se pencher sur le sujet et de proposer des pistes d'amélioration pour accroître la confiance dans les institutions et projets européens.

L'enquête Eurobaromètre Standard, réalisée à l'été 2020, note la stabilité de la confiance dans l'Union européenne par rapport à l'automne 2019, à 43%. Cela étant, la méfiance à l'égard de l'UE a augmenté d'un point de pourcentage depuis l'automne 2019, 48%

n'ayant « plutôt pas confiance ». En outre, la majorité des personnes interrogées déclare faire confiance à l'UE dans 15 États membres, contre 18 à l'automne 2019. La crise sanitaire a agi comme le révélateur d'une confiance en berne qu'il convient de renforcer, voire de restaurer. La méfiance de nombre de citoyens européens vis-à-vis des applications de traçage Covid-19 des pays, et particulièrement un manque de confiance quant à la gestion des données personnelles par les institutions publiques, a rendu la maîtrise de l'épidémie plus difficile. En outre, le retard des commandes de vaccins faites par l'UE (comparé au Royaume-Uni qui, lui, a eu ses doses en temps et en heure), la suspension temporaire du vaccin AstraZeneca, auxquels s'ajoutent les difficultés d'acheminement, risquent d'entacher la confiance et peuvent potentiellement compliquer (et ralentir) le bon déroulement des campagnes de vaccination. L'enquête de la Commission européenne de décembre 2020 sur la vaccination contre la Covid-19 dans l'UE révèle que les Européens sont divisés sur la gestion de la crise par l'UE : 44% des personnes interrogées sont satisfaites, alors que 45% ne le sont pas. De la rapidité des campagnes de vaccination dépend la capacité des États à reconstruire leur économie. Il y va de la crédibilité de l'Union européenne. —

■ Plus d'informations sur le Symposium de Saint-Gall : <https://www.symposium.org/>



ASTEROID DAY
30 JUNE

Behind every launch,
Is a human being,
Who wants to learn something new.

Find out why asteroids are the keys to the future.

Visit asteroidday.org the entire month of June to watch
24 hours of nonstop asteroid related content for all ages.

Tune in on **30 June 18:00 CET** for the Worldwide Asteroid Day LIVE premier.

Image Credit: Jeff Jackowski

The Eye of the Economist



Page coordonnée par l'équipe
des Affaires économiques
de la Chambre de Commerce

Finance



Une stratégie nationale de finance durable

La stratégie nationale de finance durable (SNFD) a été lancée en février 2021 par la *Luxembourg Sustainable Finance Initiative*. En déclinant en actions concrètes les objectifs fixés dans la *Feuille de route du Luxembourg pour une finance durable*, elle vise à faire du Grand-Duché un leader international dans cette matière. À cette fin, trois piliers sont évoqués : la sensibilisation et la promotion du concept de finance durable, la libération du potentiel de la place financière luxembourgeoise via le partage des connaissances, et enfin, la mesure des progrès du secteur financier dans sa transition vers un modèle durable. —

Mobilité



Bientôt la fin des véhicules thermiques ?

9 États membres, dont le Luxembourg, demandent un cadre à la Commission européenne, avec une date marquant la fin, ou du moins l'élimination progressive, des ventes de voitures, camionnettes et vans à essence et diesel dans l'UE, tout en accélérant l'abandon progressif des véhicules les plus polluants. Cela, dans le but de donner plus de visibilité et des signaux clairs aux fabricants, propriétaires de flotte et consommateurs, et la possibilité pour les États membres d'anticiper la fin de ces véhicules via l'introduction de mesures appropriées. —

Développement durable



Le devoir de vigilance et la responsabilité des entreprises

Le 10 mars 2021, le Parlement européen a adopté une résolution proposant à la Commission européenne de rédiger une loi qui obligerait les entreprises à surveiller, identifier, prévenir et remédier aux impacts négatifs potentiels et/ou réels sur les droits de l'homme, l'environnement et la bonne gouvernance tout au long de leur chaîne de valeur. Les règles devraient s'appliquer à toutes les entreprises opérant sur le marché européen, y compris celles des pays tiers, et renforceraient ainsi la capacité de l'UE à contrôler leurs répercussions préjudiciables dans le monde entier, et pas seulement dans le bloc des 27 pays. —

Innovation



Un partenariat pour développer les technologies de la santé

Le ministre de l'Économie, Franz Fayot, a annoncé le 1^{er} avril 2021 le lancement du premier appel à projets autour des technologies de la santé, conjointement avec le FNR et Luxinnovation. Le but est de stimuler la recherche via des partenariats public-privé. Ce projet s'inscrit dans la stratégie du pays pour soutenir une économie basée sur les données. La médecine personnalisée pourrait en être un secteur clé. Une plateforme a été lancée pour déposer des idées de projets : www.research-collaboration.lu. Elle aura vocation à accueillir d'autres projets autour des technologies digitales. —

Tourisme



Été 2021 : une meilleure affaire qu'en 2020 ?

Après environ 606.000 arrivées dans ses établissements d'hébergement entre avril et août 2019, le secteur touristique du Luxembourg a été confronté à un repli important de son activité en 2020, avec seulement 621.000 arrivées au cours de l'année entière. Alors que les taux d'occupation moyens projetés des établissements d'hébergement s'annoncent plus prometteurs pour la fin du printemps et l'été 2021, il demeure que les perspectives de reprise restent incertaines, le rythme de cette dernière étant tributaire de la maîtrise de la 3^e vague d'infections et des avancées des campagnes de vaccination au Grand-Duché et dans les pays voisins. —

Europe



Programme SURE : 90,3 milliards d'euros versés à 19 États membres de l'UE

Fin mars 2021, la Commission européenne a publié un rapport confirmant l'efficacité de l'instrument SURE, un soutien temporaire à l'atténuation des risques de chômage en situation d'urgence. Cette aide financière, sous forme de prêts accordés aux pays membres, vise à financer des dispositifs nationaux de maintien de l'emploi liés à la crise Covid-19. À ce jour, environ 2 millions d'entreprises et 30 millions de travailleurs dans toute l'UE ont bénéficié de ce soutien. Afin de financer cet outil, Bruxelles a émis, pour la première fois, une obligation sociale *EU SURE* cotée à la Bourse de Luxembourg et affichée sur la Luxembourg Green Exchange. —



Des **offres adaptées**
à vos meetings
du **XL** au **XS**

Des solutions
clés en main avec le
**EasyEvent
Package
Plus**



**DES ESPACES POUR VOS ÉVÉNEMENTS
PRÉSENTIELS, HYBRIDES & VIRTUELS**

www.eccl.lu

contact@eccl.lu

[#letzreconnect](https://twitter.com/letzreconnect)



European
Convention Center
LUXEMBOURG

We have never felt so close.

In a Nutshell

Les prévisions macroéconomiques impactées par une reprise incertaine

« Les séquelles économiques de la pandémie seront permanentes [...] même si la crise est suivie d'une phase de rattrapage, la perte d'activité ne sera probablement pas récupérée. »

STATEC, Statnews n° 11, janvier 2021

+ 4%

C'est la prévision faite par le STATEC de la **croissance du PIB en volume en 2021 et en 2022 au Luxembourg**. Portée principalement par le secteur financier, mais également par la reprise progressive des branches marchandes, cette croissance devrait toutefois être plus faible, à moyen terme, en tournant autour de 2,7%.

+ 1,7%

C'est la **hausse des prix à la consommation prévue pour 2021**, principalement due au renchérissement du pétrole. La prochaine tranche indiciaire n'est donc pas attendue avant 2022.



7%

C'est le **taux de chômage attendu, fin 2021, au Luxembourg**. Fin février, ce taux se situait à 6,3%. Les créations d'emploi ne devraient se situer qu'autour de 1,8% pour 2021, puis augmenter en 2022 pour atteindre 2,8%.

Si les restrictions sanitaires devaient perdurer tout au long de l'année 2021, les prévisions du STATEC et d'OXFORD ECONOMICS indiquent que le Luxembourg subirait une hausse significative du taux de chômage sans réelle évolution de l'emploi, tout en voyant son activité baisser de quelque 0,5%.



NOS GUIDES PRATIQUES PROPOSENT

- ✓ UN CONTENU STRUCTURÉ ET ILLUSTRÉ
- ✓ UNE DÉMARCHE PROGRESSIVE
- ✓ DES CONSEILS AVISÉS
- ✓ DES SOLUTIONS AUX DIFFICULTÉS ANTICIPÉES



Téléchargez ou commandez gratuitement votre version imprimée sur www.cc.lu, rubrique « Publications ».

T.: (+352) 42 39 39 - 380 • pub@cc.lu • 7, rue Alcide de Gasperi • L-2981 Luxembourg

SUIVEZ-NOUS :    @CCLUXEMBOURG

CHAMBER
OF **COMMERCE**
LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

WWW.CC.LU

— DÉCONNEXION —

Vers un changement de culture ou l'introduction d'un véritable droit au Luxembourg ?

TEXTE Affaires juridiques, Chambre de Commerce

PHOTO Standsome Worklifestyle

Les nouvelles technologies, avec notamment le succès des réseaux sociaux et des applications de visioconférence, ont fait émerger un phénomène nouveau qui fait de la connexion la norme. L'usage permanent des outils numériques s'est également accru dans le contexte professionnel pour s'amplifier depuis le début de la pandémie de Covid-19, avec notamment un recours plus massif au télétravail.

Face aux risques liés à l'hyperconnexion, la question d'un nécessaire garde-fou appelé «droit à la déconnexion» semble plus que jamais d'actualité.

Que dit le Code du travail ?

Le Code du travail ne prévoit pas expressément le «droit à la déconnexion». Pour autant, il contient plusieurs dispositions protectrices du salarié que ce soit en matière de durée du travail, de temps de repos ou de congés, par exemple, auxquelles s'ajoute une obligation générale, à charge de l'employeur, d'assurer la sécurité et la santé de l'ensemble des salariés¹.

Dès lors, faut-il aller plus loin ?

Un cas de jurisprudence en 2019

Dans un arrêt du 2 mai 2019², la Cour d'appel de Luxembourg a reconnu le droit à la déconnexion du salarié pendant ses congés payés.

Dans cette affaire, les juges avaient à apprécier la validité du licenciement d'un salarié – directeur de restaurant – fondée sur plusieurs reproches, notamment des écarts de conduite et de langage à l'égard



du personnel et de ses supérieurs hiérarchiques. En procédant à l'examen d'un «échange de courriels musclés» entre le salarié – qui était en congés – et son supérieur hiérarchique, la Cour a considéré que l'attitude agressive et déplacée du salarié à l'égard de son supérieur hiérarchique, bien qu'avérée, s'inscrivait dans un contexte conflictuel déjà entamé et «faisait suite à un courriel nocturne du supérieur hiérarchique tout aussi déplacé». À la suite de quoi, tout en rejetant le reproche tenant à l'attitude agressive et déplacée du salarié et déclarant le licenciement du salarié

abusif, la Cour d'appel a considéré que le salarié «en congé de récréation, [...] avait droit, pendant son congé [...], à la déconnexion et non être approché pendant la nuit par son supérieur hiérarchique sur un ton menaçant».

Une problématique aux multiples facettes

Si les avantages économiques et sociétaux que retirent les employeurs et salariés du développement des outils numériques sont nombreux et indiscutables (parmi lesquels

une plus grande flexibilité, une plus grande autonomie, un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée, une réduction des temps de trajet pour les salariés en télétravail), on ne peut occulter l'existence de risques dus à une plus grande perméabilité des frontières entre le travail et la vie privée, pouvant déboucher sur une surcharge de travail, des horaires de travail plus longs ou moins prévisibles, voire la mise en place insidieuse d'une culture de la «connexion permanente».

La complexité du problème relève toutefois du fait, d'une part, que les problèmes d'hyperconnexion et de possible dépendance aux nouvelles technologies dépassent le monde du travail et, d'autre part, que la porosité des sphères privée et professionnelle existe dans les deux sens, ce qui a déjà conduit certaines entreprises à mettre en place des chartes informatiques encadrant notamment l'usage à des fins privées des outils professionnels sur le lieu de travail (recherches sur internet, consultation des réseaux sociaux...).

En outre, la perception des avantages et inconvénients – voire des dangers – de la généralisation des outils numériques varie fortement d'une personne à l'autre, d'un salarié à l'autre.

Si le droit à la déconnexion a pour but d'instaurer une protection de la vie personnelle et familiale, il devrait sans doute s'inscrire dans une démarche de prévention en vue d'inciter les salariés, y compris les managers, à des comportements responsables, mais aussi de lutter contre les pratiques invasives, de manière à garantir le respect des temps de repos et congés, et la protection de la santé des salariés. —

«La porosité des sphères privée et professionnelle existe dans les deux sens.»

1. Article L. 312-1 du Code du travail.

2. Cour d'appel de Luxembourg, affaire n° 58/19, III chambre, n° 45230.

— DONNÉES PERSONNELLES —

Récentes évolutions concernant l'application du Règlement Général sur la Protection des Données

TEXTE Affaires juridiques, Chambre de Commerce

Si le texte du règlement général sur la protection des données personnelles («RGPD») n'a pas été modifié depuis son entrée en vigueur dans toute l'Union européenne le 25 mai 2018, le contexte a évolué et la pratique également. Un domaine a particulièrement fait l'objet de changements ces derniers mois: le transfert de données en dehors de l'Union européenne, notamment vers les États-Unis.

— Ce sujet technique se trouve au cœur des problématiques rencontrées par les entreprises, notamment dans le cadre de l'utilisation du «cloud computing» et principalement concernant le recours à des «clouds» fournis par de grands acteurs américains tels qu'Amazon ou Microsoft.

Ces problématiques se sont cristallisées à la suite de l'arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne Schrems II (CJUE 16 juillet 2020, affaire C-311/18) invalidant le «Privacy Shield», équivalent d'une décision d'adéquation entre l'Union européenne et les États-Unis, sur lequel reposait le transfert de données à caractère personnel depuis l'Union européenne vers les États-Unis.

En réaction, la Commission Nationale pour la Protection des données (autorité de contrôle luxembourgeoise) s'est prononcée en renvoyant aux recommandations du Comité européen de la Protection des Données concernant l'encadrement de ces transferts. La Commission européenne a proposé de nouvelles clauses contractuelles types concernant l'ensemble des transferts de données à caractère personnel vers un pays tiers, afin d'offrir de nouveaux outils pour mieux encadrer ces transferts. Ces clauses contractuelles types ont été proposées par la Commission européenne

le 12 novembre 2020, elles ont fait l'objet d'une consultation et devraient bientôt être officiellement adoptées et publiées.

L'Union européenne et les États-Unis travaillent actuellement à un nouvel accord devant aboutir, *in fine*, à renforcer le «Privacy Shield»¹.

Par ailleurs, toujours en matière de transfert de données à caractère personnel vers un État tiers, si l'accord sur le Brexit² prévoit que le RGPD reste applicable de façon transitoire au Royaume-Uni jusqu'au 30 juin 2021, la Commission européenne prévoit d'adopter une décision d'adéquation avant cette date, facilitant ainsi les transferts vers le Royaume-Uni³.

Une autre décision de ce type est d'ailleurs attendue dans les mois à venir concernant les transferts de données à caractère personnel entre la Corée du Sud et l'Union européenne⁴.

Avec l'essor de la digitalisation, l'année 2021 devrait encore être marquée par des évolutions dans l'application pratique des dispositions du RGPD. —

1. Selon le communiqué de presse conjoint du commissaire européen chargé de la justice, M. Didier Reynders, et de la secrétaire américaine au commerce, Mme Gina Raimondo, du 25 mars 2021, les négociations sur la protection des flux de données transatlantiques s'intensifient.

2. Accord de commerce et de coopération conclu le 24 décembre 2020 entre l'Union européenne et le Royaume-Uni.

3. Selon un communiqué de presse de la Commission européenne du 19 février 2021, cette dernière a engagé un processus devant conduire à l'adoption d'une décision relative à l'adéquation du niveau de protection des données pour les transferts de données à caractère personnel vers le Royaume-Uni dans le cadre du RGPD.

4. Selon la Déclaration commune du commissaire Reynders et de Yoon Jong In, président de la commission de protection des données à caractère personnel de la République de Corée du 30 mars 2021

74 Merkur _____ MAI • JUIN 2021

Business Voices



— ENVIRONMENT —

Climate change for dummies: how *Small Gases, Big Effect* became a bestseller

TEXT Oliver Moody / The Times / The Interview People
 PHOTOS L.W. / Unsplash and Sebastien Goldberg / Unsplash

In contrast to the doomsday predictions of a number of climate activists, two 24-year-old German economics students, David Nelles and Christian Serrer, have written a precise, rational explanation of global warming. It's become a surprise bestseller – and is changing minds.

'The situation is serious enough that you don't need to wax lyrical about it or pump up the drama'

———— In a time of violent passions, when we are buffeted from all sides by appeals to panic about man-made climate change or shrug it off as a giant hoax concocted by China, moderation sometimes feels like a virtue from a lost era.

The general tenor of the debate seems to have been set by the furious Jesus in the Book of Revelation: *'Because you are lukewarm, and neither hot nor cold, I will vomit you out of my mouth.'*

Yet there is another, gentler way of doing things. *Small Gases, Big Effect*, a short book in which two 24-year-old German economics students set out the scientific basis for global warming with all the simplicity and factual sobriety of Angela Merkel explaining the R number, has lorded it over the best-seller lists in Germany and is about to arrive in the UK.

It's found its way into more than 350,000 German homes. It's been read by Merkel's agriculture minister, Julia Klöckner, and at least 37 MPs in the Bundestag. It's a set text in universities, engineering conglomerates and the European Central Bank. Yet the most remarkable thing about it is that, in an age of inexorably hardening political battle lines, it is really changing minds.

'Actually, quite a lot of climate deniers have got in touch over email, even a couple of German politicians.' David Nelles, one of the authors, says. *'I did promise I wouldn't reveal which. But one of them rang me personally on my mobile. I was totally taken aback. He said he just couldn't see before that climate change was man-made – it had never been plausibly explained to him and he'd always been annoyed by the hysteria in the debate. But he said that when he read our book it was the first time he'd recognised the thread of an argument that... put everything in its proper place and laid down the facts. And that's exactly how we've got through to climate sceptics and deniers, who say, 'Yeah, OK, I guess that's just physics. It's so clearly explained that you can't really fault it.'*

A sober way of conveying information

Most stereotypes about Germany are unfounded, but there truly is something to the national emphasis on *Sachlichkeit* – *'thingy-ness'*, the notion that you should at least try to look as though you're analysing matters dispassionately.

Small Gases, Big Effect contains no rains of blood, no tidal waves engulfing Los Angeles and no injunctions to revolution. What it does contain is unobjectionable facts, set

down in sparse prose, with lots of home-made diagrams.

'The feedback we're getting is that in the current age of fake news people long for a reliable source of information,' says Nelles' co-author, Christian Serrer. *'At the start we didn't think the whole thing would be such a success. But people have been tearing the book out of our hands. It's just this sober way of conveying information, without an opinion, objectively showing how things are. The situation is serious enough that you don't need to wax lyrical about it or pump up the drama.'*

Serrer and Nelles are both students at the University of Friedrichshafen, on the shores of Lake Constance near the Swiss border. But since Germany went into its long corona-hibernation they've been stuck at their family homes – Nelles in the countryside near Koblenz and Serrer at the southern end of the Black Forest, near the Swiss border.

Over a Zoom call from their bedrooms the two young men are friendly, precise and thoroughly at ease, sometimes finishing each other's sentences. Everything about them seems to be carefully thought through: they're both in long-term relationships; both planning to become full-time climate advisers after they finish their degrees at the end of the year; both saving up what little



money they've made through the book for their future projects.

'As students it was clear to us that if everyone was going to be able to afford a copy of the book it couldn't be expensive,' Serrer says. 'So we decided that our book wouldn't cost more than a pizza. We self-published and sold it for 5 euros a copy, so we haven't made a lot of money from the sales.'

A different task

Serres and Nelles are scrupulously polite about Greta Thunberg and her Fridays for Future movement. They're glad that she's doing what she's doing, they say, but they've set themselves a different task. They're warier of Extinction Rebellion, one of whose British founders, Roger Hallam, offended a lot of people in Germany by describing the Holocaust as 'just another f***ery in human history'.

'In my opinion they're really quite radical in certain ways, although not across the board,' Nelles says. 'But with this radicalism you scare people off, even when they have quite a positive attitude towards protecting the climate. You've got to be really careful that you don't push people too hard.'

The book contains many lessons that most people under the age of 40 will have learnt in primary school. But there are also flickers of cutting-edge science that have the capacity to shock in their unadorned thingy-ness.

We read a lot about how the Arctic ice sheet is shrinking, for example, but not so much about how it is thinning. Below the surface, invisible to most of the cameras on satellites orbiting far above the Earth, the ice is wasting away at an astonishing rate. At its late-summer minimum the volume is now less than a quarter of what it was in the Seventies.

'To picture the quantity of ice that has been lost,' Serrer and Nelles write, 'imagine all of Germany covered by a sheet of ice 33.5m thick.'

A touchy subject

Climate change is also warping the rhythm of the seasons. The typical German winter lasts only 103 days, compared with 120 half a century ago. Spring and autumn have grown correspondingly longer. You can almost watch some of these effects unfolding in real time. Back in the Sixties the tiger mosquito, which ferries around exotic

tropical diseases such as dengue fever and the zika virus, was largely stuck in southeast Asia. Today, as Europe warms, it has set up shop across Italy, with outposts as far north as Strasbourg and La Rochelle in France. It has also been sighted on the North Sea coast of the Netherlands, a few dozen miles from Kent.

These changes are a particularly touchy subject in Germany. The country has the world's largest green party, which is quite likely to become part of the next government, but it also has a vocal minority of climate deniers and a lot more people who are reluctant to stop buying cheap pork from Lidl and driving their petrol-guzzling BMWs.

These are precisely the people the book is supposed to reach. *'We don't want a planned economy like you have under communism,' Nelles says. 'We just want a plan so that people and above all businesses know where things are going, that we need certain technologies and innovations, and that investing in them will pay off.'* —

Discover the all-in-one digital marketing guide for Luxembourg businesses to go international



DIGITAL MARKETING OPPORTUNITIES

Maximise business opportunities post Covid-19

Marketing Automation • Social Media • Online Marketplaces
Website • Video Conferences • Online Advertising

Visit our website

digitalguide.tradeandinvest.lu



— VIETNAM —

The rising star of Asia

TEXT International Affairs, Chamber of Commerce

PHOTO Peter Hammer / Unsplash



Vietnam

Facts & figures

Political capital: Hanoi

Top Business cities: Ho Chi Minh City (financial hub of Vietnam and emerging city for launching a startup business), Hanoi, Da Nang, and Haiphong (large seaport) are the 4 largest cities in Vietnam

Business languages: Vietnamese (official); English, which is by far the most widespread foreign language and is commonly used alongside Vietnamese in legal documents relevant to foreign trade and foreign direct investment

Business currency: Vietnamese Dong (VND), Dollar (USD) (accepted mostly in tourist regions)

Working days: Monday to Friday; business hours 8am to 5pm

Time Zone: UTC+7

Climate: Tropical in south; monsoonal in north with hot, rainy season (May to September) and warm, dry season (October to March)

Surface: 331,210 sq km

Population: 97,99 million (March 2021)

GDP per capita: USD 8,397, 2019 (est., 129th in the world)

Growth rate: 6.7 (2021 est.)

Inflation rate: 4.0 (2021 est.)

Unemployment rate: 2.4% (2020)

Ease of doing business: 70 (May 2019)

Logistics Performance Index: 39 out of 160 countries, 2018

Corruption indicator: Score 36 Rank 104, 2020

Main economic sectors:

Services: 41.6% of GDP and 35% of total workforce in 2020

Industry: 34.5% of GDP and 28% of total workforce in 2020

Agriculture: 14% of GDP and 36% of total workforce in 2020

Country risk classification (OECD): 4 out of 7, 2021.

Sources: World Bank, IMF, OECD, Grant Thornton: 'Doing business in Vietnam 2020'

In 1975, Vietnam was one of the poorest nations on Earth. Today, it is one of the most dynamic emerging countries in the East Asia region. With an annual growth rate of more than 6% due to labour shifting from agriculture to manufacturing and services, private investment, a strong tourist sector, and accelerating urbanisation, it is one of the fastest growing countries in the world.

———— Vietnam's development over the past decades has been remarkable as it has shifted from a centrally planned to a market economy, effectively transforming the country.

Political-economic context

The economic and political reform launched in Vietnam in 1986, known as *Doi Moi*, translated literally as 'restoration', spurred rapid economic growth and brought profound changes to the country, rescuing it from the failures of central planning and self-isolation adopted after unification of the country in 1975.

Resilience to COVID-19

Given its integration within the global economy, the Vietnamese economy has been hit hard by the COVID-19 pandemic, but it has also shown impressive resilience and is a perfect example of how a country with modest financial means can successfully address a grave health challenge. The initial health impact of the outbreak has not been as severe in Vietnam as in other countries due to proactive measures at the national and subnational levels.

Thanks to its strong foundation, the Vietnamese economy should rebound this year. COVID-19 has also shown the necessity for stronger reforms to help the economy recover in the medium term, such as improving the business environment, promoting the digital economy, and enhancing public investment effectiveness and efficiency, which are some of the key agenda action items for the Government to consider for stronger and faster reform.

Key economic sectors

Renewable energies and circular economy

Vietnam's rapid economic growth comes with environmental challenges and plans to shift to renewable energy production. The country exploits all four big sources of renewable energy: hydroelectricity, wind power, solar power and biomass. By the end of 2018, hydropower was the largest source of renewable energy, contributing about 40% to the total national electricity capacity. It also has great potential for developing wind energy projects, having more than 3,400 kilometers of coastline with high wind speeds.

Although circular economy thinking is still quite new to Vietnam, the Vietnam National Green Growth Strategy (VNGGS) includes many actions that fit perfectly within the transition towards a circular economy.

Healthtech

In response to an increased demand for higher-quality and more cost-effective healthcare services due to economic and population growth, the country has now begun to focus on the technology that will create better healthcare solutions, leveraging on the use of artificial intelligence, blockchain technology, virtual reality/augmented reality, 3D printing, and robotic applications. The Ministry of Health in Vietnam is driving a national agenda towards smart healthcare. Foreign startups may consider partnering with local players to better penetrate and capture this market.

Startups

Vietnam has the 3rd largest number of

Y Ty, Vietnam



startups in Southeast Asia. With accelerator programmes, incubators and co-working spaces, Vietnamese cities are becoming fast-paced innovation hubs, especially Hanoi, Ho Chi Minh City and Da Nang. Today, Vietnam's innovation ecosystem provides exceptional opportunities for investors. One factor driving this innovation ecosystem is a young population. With an average age of just 30, Vietnam's citizens are tech-savvy and digitally active. High rates of internet connectivity and mobile penetration are driving e-commerce and enthusiasm for digital startups.

EU-Vietnam Free Trade Agreement (FTA) benefits for SMEs

Vietnam recently signed a Free Trade Agreement (FTA) with the European Union which entered into force on 1 August 2020. It is the most ambitious and comprehensive FTA that the EU has ever concluded with a developing country. For the first time, European companies will have preferential access to a vibrant economy of almost 100 million inhabitants.

There will be more opportunities for companies on both sides due to tariff removal; reduced regulatory barriers and overlapping red tape; ensured protection of geographical indications; opening up services and public procurement markets; as well as ensuring rules are enforceable.

More information is available here: <https://trade.ec.europa.eu>.

Understanding business culture in Vietnam

Personal relationships play an important role in Vietnamese business culture and require attention and time. Third-party introductions are almost a necessity, as Vietnamese people prefer to work with those they really know and trust. Personal topics outside of business will often be discussed.

For first contact, it is good to follow up emails with a call. By doing so, the email will not be considered spam and the recipient will know that you value doing business with them.

Whenever you meet a potential partner, smile slightly as a sign of goodwill. Handshakes are common when meeting and saying goodbye in Vietnam, otherwise bow your head slightly as a greeting. Following the Confucian tradition, start with greeting the oldest person first.

Giving gifts to business partners is not a must but it is common. Something small and practical is appreciated.

Overall, keep in mind that Vietnam is a modern yet conservative country where traditions and customs are sacred. —

★ Coming Events

★ **Go International: Vietnam Webinar**
 1st semester 2021.

★ **Digital Trade Mission to Vietnam**
 2nd semester 2021.

If you are interested in participating in these events, please contact International Affairs:

- ✉ asia@cc.lu
- 🌐 www.cc.lu/en/gointernational

■ Useful contacts

Embassy of Luxembourg in Bangkok (also covering Vietnam)
 H.E. Mr Jean-Paul Senninger, Ambassador
 Mr Gabriel Baptista, Deputy Head of Mission / Head of the Economic Section
 ☎ (+66) 2 677 7360
 ✉ bangkok.amb@mae.etat.lu

Luxembourg Chamber of Commerce
 International Affairs
 Sabrina Aksil / Na Shi
 ☎ (+352) 42 39 39 374 / 364
 ✉ asia@cc.lu

Sources: OECD, Statec, www.ec.europa.eu, www.austrade.gov.au/Vietnam



Yann-Gaël Montador
 Sales and Business Development Director – SEAPAC, Rotarex Group

What are your trade relations with Vietnam?

Rotarex is a privately-owned 99 year old Luxembourgish company. We are about 1,600 employees worldwide, with our headquarters and main factories in Luxembourg. Being a global leader for high pressure gas equipment; our products are present in a large variety of industries: semiconductors, medical gas, fire protection, automotive, liquefied petroleum gas (LPG), and almost every other industry in connection with high pressure. Vietnam is a new Asian Tiger, and Rotarex naturally followed its industrial development for the last 10 years. At first, we discovered it through our customers. Since 2018, we are directly present with a team operating from Hanoi and Ho Chi Minh. In addition to the trade of our products, we are looking at localising more of our operations to become a long-term member of the Vietnamese business community.

What are the market's opportunities for Luxembourg based companies?

We are talking about a country with 97 million inhabitants, with a massive ongoing investment plan in all of its infrastructure, promoting attractive policies towards Asian and Western foreign direct investment (FDI), and looking at improving its living standards. Every type of opportunity is, or will be, possible in Vietnam. As an example, Rotarex developed a specific business plan to accompany the development of the energy grid, expected to deliver 9% growth until 2030. To do so, we are taking the learnings from mature markets and adapting them to the pace and requirements of Vietnam. Vietnam is also considered the main ASEAN beneficiary of the USA-China trade war, and Vietnam has had an impressive management of the COVID-19 crisis until today, maintaining its development throughout the period.

What are the risks related to this market?

Vietnam remains a developing market, with high price sensitivity. Vietnamese quality standards are evolving in every sector and are influenced by standards from the USA, Japan, Korea, France, Germany and others. For our niche markets, the requirements often change from one project to another, depending on the origin of the customer. Therefore, one must assess one's offer against the present and expected market needs.

What advice would you give to entrepreneurs who are interested in working with Vietnam?

Vietnam has a long and complex history and one of the results of this is an important set of administrative procedures. There are codes and delays to respect, on the national and regional levels. So, I can only advise to be aware of it and ready to learn.

The Interview

Marc Lauer

Président, INDR



« L'INDR a pour ambition de convaincre les entreprises qu'il n'y a pas d'opposition entre création de valeur économique et durabilité. »

« Le train de la RSE est en marche ! »

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

Diplômé en sciences économiques et sciences actuarielles de l'Université Libre de Bruxelles, Marc Lauer a débuté sa carrière au Commissariat aux Assurances, dont il est devenu membre du comité de direction. En 2004, il rejoint le Groupe Foyer, où il occupe aujourd'hui la fonction de CEO. Marc Lauer est également président du conseil d'administration de l'ACA (Association des compagnies d'assurances et de réassurances du Grand-Duché du Luxembourg) et membre élu de la Chambre de Commerce depuis mai 2020, membre du HCPF (Haut Comité de la place financière), administrateur de l'UEL (Union des entreprises Luxembourgeoises) et de PROFIL (Fédération des professionnels du secteur financier, Luxembourg). Il a pris la présidence de l'Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises (INDR) début 2021.

— Pouvez-vous nous rappeler comment l'INDR a vu le jour et quelles sont ses grandes missions ?

L'INDR a été créé en 2007 par l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) et ses membres, avec pour mission de guider les entreprises luxembourgeoises dans l'adoption de la Responsabilité sociale ou sociétale des entreprises (RSE), afin qu'elles contribuent au développement durable et améliorent leur compétitivité et leur image. Cela montre qu'en 2007, déjà, il y avait à l'UEL une réflexion sur ces sujets, les principes du développement durable et leurs liens entre l'entreprise et la société et le fait d'intégrer des enjeux sociaux et environnementaux dans leur gestion quotidienne et dans leurs interactions avec des acteurs extérieurs. L'INDR a ainsi pour ambition de convaincre les entreprises qu'il n'y a pas d'opposition entre création de valeur économique et durabilité. Sa mission est donc de promouvoir la RSE au niveau institutionnel, d'offrir un accompagnement complet aux entreprises et en tant que centre de compétences, il assume un rôle normatif, diffuse les connaissances en matière de RSE et collabore avec les principaux acteurs du développement durable.

Comment l'INDR accompagne-t-il les entreprises dans leur parcours RSE ?

Le programme ESR-Entreprise Responsable, développé en collaboration avec les principaux acteurs de la RSE, dont la Chambre de Commerce, accompagne les entreprises de manière holistique sur la voie de la durabilité en mettant à leur disposition des outils pratiques dont notamment un guide ESR pour établir un premier diagnostic d'auto-évaluation de leur démarche ESR ainsi qu'une labélisation de cette démarche, appelée Label ESR.

Il y a beaucoup d'acteurs œuvrant autour de la RSE. L'INDR se veut être le référent privilégié en la matière et un accompagnateur de choix avec un service de qualité et indépendant offert aux entreprises, couvrant les explications sur les sujets en lien avec la RSE, les formations, le conseil et la valorisation du comportement responsable à travers l'obtention du label ESR.

L'INDR promeut également certaines initiatives nationales. Pouvez-vous nous dire lesquelles ?

L'INDR peut véritablement être considéré comme un facilitateur et un acteur du changement. Il promeut dans ce cadre les initiatives nationales comme le JobBoard, Jobelo,

le MLQE (Mouvement...), la VISION ZERO, la Charte de la Diversité, les labels « *Sécher a Gesond mat System* », « *Superdréckskëscht* », « *lean and green* », « *clever akafen* » ou encore « *Flécken a Léinen* », etc.

Vous venez de reprendre la présidence de l'INDR. Quelles aspirations/directions souhaitez-vous donner à votre mandat ?

Je souhaite m'inscrire dans la continuité, tout en apportant ma pierre à l'édifice pour consolider le rôle de l'INDR, auprès des entreprises, pour qu'elles le perçoivent comme un référent en matière de RSE, puis être un moteur, afin qu'il trouve son positionnement en Europe. Nous avons un conseil d'administration très dynamique qui souhaite s'impliquer dans le rayonnement de la RSE comme outil stratégique pour les entreprises. Mon rôle est de faire progresser toutes ces initiatives avec l'équipe de l'INDR.

Comment évaluez-vous globalement le niveau de maturité des entreprises luxembourgeoises dans le développement durable ? Y a-t-il des secteurs plus en avance que d'autres sur ces thématiques ?

Aujourd'hui, il est indéniable que la RSE est



01. Marc Lauer a pris la présidence de l'Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises (INDR) début 2021.

l'un des grands thèmes du débat sociétal. Il n'y a encore que cinq ans, le concept de la RSE était peu connu des dirigeants d'entreprise, alors qu'aujourd'hui, le développement durable est perçu comme une question importante. Maintenant, on peut dire que le train de la RSE est en marche et que les entreprises sont montées dedans. Il faut simplement s'assurer que toutes aillent dans la bonne direction et c'est là que l'INDR a un rôle à jouer. Et il y a encore beaucoup à faire. Toutefois, on note une sensible augmentation de la demande des entreprises, indépendamment de leur taille ou de leur secteur d'activité quant aux problématiques de la RSE. Plus de 1.300 entreprises sont entrées en contact avec l'INDR pour mieux comprendre les enjeux de la RSE. Il est vrai que les entreprises plus exposées en B2B ont davantage formalisé leurs actions, alors que les petites entreprises, bien qu'elles considèrent les sujets RSE comme importants et vivent la RSE au jour le jour, manquent souvent de ressources internes pour formaliser leur démarche.

Quels freins voyez-vous dans la transition des entreprises vers des modèles de fonctionnement durables? Quels leviers? La crise de la Covid a-t-elle eu un impact sur la mise en place d'une démarche RSE dans les entreprises?

Pour mettre en place une vraie stratégie RSE, pour que l'entreprise se transforme, il faut en premier lieu que la Direction fasse preuve de leadership, marque sa volonté d'aller de l'avant et que cela se fasse en accord avec les salariés. En ces temps de crise, de nombreuses entreprises doivent se battre pour assurer leur survie, et elles ne considèrent pas forcément la RSE comme une priorité. Pourtant, nous avons remarqué que le Covid n'avait pas empêché les entreprises de s'intéresser à la RSE. Au contraire, elles ont été très nombreuses à solliciter nos conseils de l'INDR. Ces entreprises ont bien compris la RSE comme un enjeu stratégique qui permet de renforcer leur résilience pour l'après-crise. Pour l'INDR, la période de confinement a été l'occasion de finaliser la

nouvelle édition du Guide ESR, de préparer le terrain pour les grandes initiatives du label européen, du Pacte Entreprises et droits de l'Homme, de la communication autour des entreprises labellisées ESR, des formations RSE, etc.

Les entreprises doivent réaliser qu'il n'est pas si compliqué d'intégrer la RSE dans leur stratégie, par exemple, en déléguant cette tâche à une personne spécialement formée et mandatée par la direction, avec les ressources nécessaires. Parfois, certaines entreprises veulent trop bien faire et tout faire d'un seul coup. Mais pour commencer, il y a tout intérêt à construire sur l'existant. Par exemple, si une entreprise a mis en œuvre une bonne stratégie de sécurité et santé au travail, elle peut la développer en y incluant le bien-être, l'étendre ensuite au respect des droits de l'Homme, à sa politique RH, etc. Elle se donne ainsi des priorités qui s'avèrent utiles pour l'entreprise et ses parties prenantes, et qui s'inscrivent dans l'amélioration continue. Un bon accompagnement comme celui qu'offre l'INDR est primordial pour partir sur de bonnes bases. Pour prendre un exemple concret et parler de ma propre expérience, au Groupe Foyer, cela fait de nombreuses années que nous sommes engagés dans le processus RSE, qui s'est développé notamment autour d'initiatives émanant directement des employés dans diverses thématiques sociétales. Aujourd'hui, la RSE dépasse ces initiatives et a trouvé sa place dans notre stratégie, dans une démarche tout aussi enthousiasmante, mais aussi plus structurée et dotée d'une gouvernance propre.

Quelles sont les modalités pour accéder à la labellisation ESR – Entreprise Responsable?

La labellisation ESR s'adapte aux besoins et à la maturité de l'entreprise. Un conseiller de l'INDR accompagne l'entreprise pas à pas : le Guide ESR comme ouvrage de référence, une autoévaluation en ligne, un plan d'action, des recommandations d'outils et de solutions pratiques, des formations sur mesure. Une vérification indépendante par un expert agréé a alors lieu dans l'entreprise en toute discrétion, pour parcourir les justificatifs et voir si l'entreprise est éligible.

L'INDR confirme ensuite l'obtention du label pour une durée de 3 ans, et propose un pack de communication (trophée, certificat, vidéo, logo ESR etc.) pour valoriser et promouvoir le positionnement responsable de l'entreprise.

L'INDR se positionne comme la référence nationale pour la RSE au Luxembourg. Quelles synergies existe-t-il avec les Chambres patronales et les fédérations et associations professionnelles ?

Les synergies se font tout naturellement. L'INDR, comme l'UEL, est constitué des organisations patronales dont la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et les fédérations professionnelles ABL, ACA, CLC, Fédération des Artisans, FEDIL et HORESCA. Il est ainsi un point d'entrée unique à toutes les entreprises du secteur privé, hormis l'agriculture. Son programme complet d'accompagnement des entreprises est porté et promu par les organisations membres de l'INDR. Le rayon d'action de l'institut national est donc immense. L'INDR assume un rôle de coordination dans le cadre d'un groupe de travail rassemblant les membres autour de la RSE. Il s'investit aussi dans des groupes de travail dédiés des chambres professionnelles, comme le GT Développement durable de la Chambre de Commerce, ou d'autres plus spécifiques, pour faire avancer des initiatives sectorielles (toolbox RSE) ou thématiques (Entreprises et droits de l'Homme, VISION ZERO, reporting non-financier, *clever akafen fir Betriber*, etc.). Il rapporte régulièrement au comité exécutif et au conseil d'administration composés l'un des directeurs, l'autre des présidents des organisations membres.

Quel positionnement le Luxembourg peut-il ambitionner d'atteindre dans la définition de standards internationaux ?

Il existe plusieurs initiatives isolées au niveau européen. L'INDR s'est récemment associé à deux partenaires, l'un en France, l'autre en Suisse, qui délivrent chacun une certification RSE aux entreprises selon les mêmes dispositions que l'INDR, c'est-à-dire une évaluation suivie d'une vérification sur site par une tierce partie. Ces trois acteurs

vont donc prochainement lancer une initiative normative européenne qui permettra à une entreprise certifiée RSE par l'un des trois organismes d'accéder automatiquement à une certification européenne. Je pense que cette initiative est absolument nécessaire pour nos entreprises qui opèrent sur le marché intérieur et l'Europe n'aura d'autre choix que de créer quelque chose de commun.

L'agenda réglementaire avance rapidement sur les thématiques du développement durable. Quelles obligations et initiatives sont à venir dans le domaine de la due diligence en matière de Droits de l'Homme et d'impacts environnementaux dans la chaîne de valeur des entreprises ?

Une directive européenne sur la diligence raisonnable est en préparation pour le mois de juin de cette année. L'INDR, tout comme l'UEL d'ailleurs, fait partie du groupe de travail Entreprises et droits de l'Homme, coordonné par le ministère des Affaires étrangères et européennes. Deux plans d'action nationaux sont nés de ces travaux visant la mise en œuvre des Principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme. Un des points d'action est justement la sensibilisation des entreprises à mettre en œuvre ces principes directeurs. Une initiative, le Pacte national Entreprises et droits de l'Homme, sera bientôt lancée conjointement par l'INDR, l'UEL et le ministère des Affaires étrangères et européennes, par laquelle les entreprises pourront s'engager à mettre en œuvre une diligence raisonnable dans leur chaîne de valeur économique. Des outils et références seront mis à leur disposition. Notre but est ainsi de préparer très concrètement les entreprises à une législation européenne qui s'annonce depuis quelque temps. La campagne de sensibilisation des entreprises pour l'adhésion à ce Pacte se fera par les canaux de communication des organisations membres de l'INDR.

Sur le point des droits de l'Homme, l'INDR est très clair. Vu la dimension fondamentale de l'approche Entreprises et droits de l'Homme et son caractère international, ce sujet doit être traité sur un *level-playing*

« Je suis sûr que de nombreuses nouvelles initiatives verront encore le jour dans les années à venir et que l'écosystème luxembourgeois aura de nouvelles ambitions pour le pays en matière de RSE. »

field avec un engagement des États qui doivent soutenir les entreprises. L'INDR s'attend à ce que l'État garantisse une sécurité juridique aux entreprises lorsque celles-ci ont mis en place une diligence raisonnable selon les règles de l'art. Avant toute chose, il estime que la sensibilisation des entreprises est une priorité, afin de leur fournir les éléments pour comprendre non seulement les attentes à cet égard, mais aussi l'opportunité que le respect des principes directeurs peut présenter en termes de compétitivité et de gestion du risque, en particulier de réputation. Le Pacte national devrait constituer une étape importante sur cette voie.

Je suis confiant en l'avenir. Beaucoup de chemin a déjà été parcouru depuis cinq ans et je suis sûr que de nombreuses nouvelles initiatives verront encore le jour dans les années à venir, et que l'écosystème luxembourgeois aura de nouvelles ambitions pour le pays en matière de RSE. Si nous regardons autour de nous, nous n'avons pas à rougir de ce qui a été accompli, car nous avons déjà mis beaucoup de choses en place par rapport à certains pays. —

Starting Blocks

Pointing to the upswing in the Luxembourg entrepreneurial scene, *Starting Blocks* presents startups from a range of sectors. In this edition, we're highlighting two startups that are members of the Chamber of Commerce, one of which is hosted by the Luxembourg-City Incubator (LCI), which was launched by the Chamber of Commerce in partnership with the City of Luxembourg to support innovative startups. Here's what the founders have to say about their work in the world.

TEXT Hannah Ekberg / Ann Godart, Luxembourg-City Incubator (LCI) / HANDIEU / WEO

PHOTOS HANDIEU (Aga Marecka), WEO (Imeshi Weerasinghe; Charlotte Wirion)



— HANDIEU —

Not just another artisanal marketplace

HandiEU is not just one more marketplace for handmade products. It was created to unite Europeans, to support artisans just starting out in business, and to promote sustainable and balanced living. The founder, Aga Marecka, has a specific focus on social concerns. The idea for HandiEU was in fact born when she was an unemployed new mother in a foreign country and her previous career came to an end because of health concerns. Unable to find the usual prospects to get back into the market, she knew her best option would be to become independent and to start her own business. She also understood that in handcrafts, there are many people who struggle and who could use assistance in order to work more effectively. Her own mother was an avid knitter when she was a child but didn't know at that time how to be more efficient and to develop her skills into a business as she had no education in entrepreneurship, only manual skills. Her solution now is to give artisans not only a one-off sale, but long-term support so they can learn and develop their business. HandiEU's focus on Europe is for personal and practical reasons. On a personal level, Aga Marecka did not want it to be about only one country, just as she does not want her child, who has three European nationalities, to be faced with choosing one nationality, but to be happily a citizen of Europe. And in practical terms, on a global market, the citizens of Europe are stronger united and can create more opportunities together, rather than individually, with their very specific values that indeed constitute Europe. Now she is looking for funding, mentoring, and, most importantly, a team! —

■ More info: <https://handieu.com>



— WEO —

'Space providing water for all'

The motto for WEO (Water Information from Earth Observation) is 'space providing water for all', which is what this startup is all about. Thousands of satellites orbit overhead every day, documenting every inch of the Earth – a treasure trove of information which WEO is harnessing for good, to make our planet a healthier and better place to live. By using deep learning algorithms and automated data processing, WEO is able to extract new knowledge and actionable insights, and therefore opportunities, for their clients who manage natural resources. From agriculture to water resource management, from forestry to flood risk mapping and building resilient cities, WEO provides accurate, affordable and timely information to clients across Luxembourg. Founders Imeshi Weerasinghe and Charlotte Wirion met while undertaking PhD research in water resource management and soon realised that the valuable research was not being applied in the real world. Thus, with their passion for water security and sustainability, together they founded WEO. Since being registered in March 2020, WEO has established several partnerships in Luxembourg and is already leading one project to improve urban tree management, supported by the European Space Agency (ESA) and the Luxembourg Space Agency (LSA), with several more European projects in the pipeline. With climate change and population growth increasingly affecting the availability of clean water, WEO hopes that by providing clients with the information they need to manage this precious resource, water for all will become a reality sooner rather than later. —

■ More info: www.weo-water.com

UNLEASH YOUR CREATIVE SPIRIT!



**HOLD YOUR
EVENT AT
THE HOUSE
OF STARTUPS***

*Within the Covid-19 safety measures

WORKSHOPS - CONFERENCES - HACKATHONS

Contact us for more information:

House of Startups

9, rue du laboratoire // L-1911 Luxembourg // event@host.lu

HOUSE OF **STARTUPS**

powered by the Luxembourg Chamber of Commerce

**CHAMBER
OF COMMERCE**
LUXEMBOURG

FOLLOW US:    @HOST_LU / @CCLUXEMBOURG

WWW.HOST.LU / WWW.CC.LU

Startup

Grégoire Yakan

Founder & CEO, Koosmik

La banque pour tous

TEXTE Marie-Hélène Trouillez

PHOTOS Matthieu Freund-Priacel/Primatt Photography et Koosmik

Depuis 2017, Koosmik, une fintech créée par Grégoire Yakan, fournit des solutions de paiement et de *mobile wallet* aux professionnels et populations encore sous-bancarisées d'Afrique de l'Ouest. Koosmik s'est implantée au Togo, premier pays pilote pour son développement. Avec plus de 120.000 utilisateurs, la startup luxembourgeoise promeut l'inclusion bancaire à travers le continent africain. En réponse à la pandémie sanitaire, Koosmik vient également de lancer une plate-forme de e-commerce à Lomé, la capitale du Togo, et a pour ambition de devenir la première application de services financiers au Togo et en Afrique.

————— Pouvez-vous nous parler un peu de vous et de votre parcours ?

Originaire de Paris, j'ai suivi une formation MIAGE (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises) qui allie une triple compétence en mathématiques, informatique et gestion. A l'âge de 19 ans, j'ai créé une agence web avec des amis et quelques années plus tard, une entreprise spécialisée dans le e-commerce. A 33 ans aujourd'hui, je me souviens de ces moments d'insouciance où nous travaillions nuit et jour, y compris les jours fériés. Je me rappelle notamment d'un certain 31 décembre, où nos amis sont allés faire la fête, tandis que nous finissions un site Internet pour un client. Grâce à ces activités développées en parallèle de mes études, j'ai eu l'opportunité d'effectuer un stage à Hong Kong pour mettre en place une plateforme de e-commerce pour le compte d'une filiale de Batipart, spécialisée dans la distribution de matériel médical. A l'époque, je ne connaissais que quelques capitales européennes. Ce stage a été pour moi une révélation et m'a permis d'acquérir en un temps record une grande expérience dans le e-commerce. Batipart s'est montré très satisfait de mes prestations et de nouvelles missions m'ont été confiées à Paris.

« La technologie de Koosmik démocratise l'accès aux services financiers et permet l'inclusion financière en Afrique. »





01. Finaliste du JumpStarter à San Francisco, Koosmik devait participer en février 2020 à Hong Kong, à la finale du plus grand concours mondial de startups organisé par Alibaba et HSBC, mais la pandémie en a décidé autrement.

Pouvez-vous nous parler du groupe luxembourgeois Batipart, d'Onomo et de l'attachement particulier qui vous lie à ces sociétés ?

Batipart est une holding familiale créée en 1988 par Charles Ruggieri, un homme d'affaires lorrain. Au-delà des affaires, je suis séduit par les valeurs entrepreneuriales du groupe et les différents projets portés par les équipes. Arrivé très jeune en tant que stagiaire informatique, j'ai eu la chance d'être «formé au club» pour reprendre une métaphore qui parleront à ceux qui partagent avec moi la passion footballistique. En 2006, le déploiement des secteurs de l'immobilier et de la santé de ce groupe s'est accompagné d'une volonté d'internationalisation. En 2009, Batipart a installé sa maison mère au Luxembourg et quelques années plus tard, j'ai suivi le groupe au Grand-Duché. En 2019, le groupe a lancé une nouvelle plateforme européenne d'investissement hôtelier avec l'acquisition de six hôtels au Luxembourg situés en centre-ville et sur le plateau du Kirchberg, et exploités sous les marques Sofitel et Novotel. Le petit dernier, le Mama Shelter Luxembourg, a ouvert pendant l'été 2020, en pleine crise sanitaire. J'ai vu cette ouverture comme un symbole de résilience et de courage de toutes les équipes de Batipart et du Mama Shelter Luxembourg.

En 2013, Batipart a pris le contrôle du groupe hôtelier ONOMO qui compte aujourd'hui 21 hôtels en Afrique, et bientôt 22 avec l'ouverture d'un établissement à Kampala, en Ouganda. Depuis, j'ai effectué des missions en Afrique une à deux semaines par mois en moyenne. C'est ainsi que j'ai appris à connaître et à aimer ce continent.

Pourquoi avoir créé Koosmik et quelles solutions proposez-vous ?

Au cours de ces missions dans près d'une vingtaine de pays, j'ai créé des liens assez forts avec d'autres entrepreneurs africains. En échangeant avec eux, ils m'ont appris à relativiser. Nos problèmes deviennent vite minuscules comparés aux leurs. L'idée m'est alors venue de changer leur quotidien en créant des services financiers plus accessibles. Claude Grunitzky, diplômé de Harvard, du MIT et de Sciences Po, né au Togo et serial entrepreneur à succès, nous a beaucoup soutenus et inspirés. Le Togo est d'ailleurs le premier pays africain où nous sommes implantés. Ce pays compte 7,6 millions d'habitants avec un taux de



01

pénétration de la téléphonie mobile de plus de 78%. Le revenu moyen est de 100 euros environ par mois, avec de très fortes inégalités. Peu d'Africains disposent d'un compte bancaire et une infime partie de la population possède une carte bancaire. Le pays a lancé un ambitieux programme national 2018-2022 qui vise à améliorer le développement social et à renforcer les mécanismes d'inclusion grâce à la technologie. Cina Lawson, ministre des Postes et de l'Economie Numérique, a beaucoup œuvré en ce sens. C'est dans ce contexte que Koosmik est venu apporter sa pierre à l'édifice en concevant un portefeuille numérique simple et intelligent permettant d'effectuer des transactions et d'accéder instantanément à des services financiers depuis n'importe quel téléphone portable.

L'application Koosmik peut être téléchargée sur l'App Store d'Apple et Google Play. Ainsi, les utilisateurs peuvent bénéficier d'une expérience bancaire, sans paperasserie et sans devoir se déplacer en agence. Actuellement, les démarches administratives et les frais financiers engendrés par l'ouverture

d'un compte bancaire empêchent 75% de la population subsaharienne d'être titulaire d'un compte et de bénéficier de services bancaires de base ! En Afrique, les opérateurs de télécommunications se sont substitués aux banques et fournissent ces services via leurs systèmes de paiement mobile (plus de 500 millions d'utilisateurs de *mobile money* en 2020). L'idée est de fournir une seule application qui permet de rendre les banques et les opérateurs télécoms interopérables à l'échelle nationale, puis à celle du continent, et ainsi de bancariser progressivement la population africaine. La technologie de Koosmik démocratise l'accès aux services financiers et permet l'inclusion financière en général, ce qui est une composante essentielle pour atteindre les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies.

Comment avez-vous développé et financé votre projet ?

J'ai fondé Koosmik en 2014 au Luxembourg, là où le groupe Batipart m'a mené. Le Grand-Duché est un pays où l'on se sent



02



03



04



05

proche de ses clients et où il est facile de rayonner en Europe. Les infrastructures sont très performantes, le pays est dynamique, cosmopolite et favorise l'intégration des étrangers. J'ai aussi le sentiment que le climat des affaires est plus favorable aux entrepreneurs que dans beaucoup de pays. Rapidement, Batipart est devenu actionnaire de la startup. Nous avons développé au fil de toutes ces années une véritable relation de confiance. Une branche de Koosmik fournit aujourd'hui encore, du conseil et des services informatiques notamment pour le compte de Batipart et de ses filiales. Après avoir auto-financé le proof of concept grâce aux missions de conseil, nous avons levé un million d'euros en 2017 pour développer notre technologie labellisée « Made in Luxembourg ». En décembre 2019, lors de notre deuxième tour de financement, nous avons levé 2 millions d'euros auprès de plusieurs investisseurs pour nous développer au Togo et nous déployer dans plusieurs pays. Aujourd'hui, Koosmik compte 20 personnes, dont 15 sont basées sur le continent africain.

Intégrer la dimension sociale et solidaire dans la conception de votre entreprise, était-ce un point très important pour vous ?

Dès notre première levée de fonds, nous avons mis en place les éléments d'une politique RSE ambitieuse. Les équipes qui s'y sont attelées avaient non seulement une excellente

vision, mais aussi une capacité à sensibiliser et transmettre cette culture à des ingénieurs parfois sceptiques. Nous n'avons pas la prétention de vouloir gommer les inégalités qui existent en Afrique. Notre mission est plutôt d'apporter des solutions innovantes pour lutter contre les inégalités d'accès aux services essentiels que sont notamment les soins de santé et l'éducation. Il n'est pas acceptable qu'une personne riche bénéficie de soins avant une personne pauvre ou qu'un jeune issu d'une famille modeste ne puisse pas lire les mêmes livres ou manuels scolaires qu'un enfant issu d'une famille aisée. Ces freins sont en partie liés à la difficulté d'accès aux services financiers. Nous souhaitons lever ces barrières, pour qu'une assurance santé puisse être souscrite sans compte bancaire depuis le mobile ou que les frais de scolarité et de cantine puissent être réglés facilement. Certaines populations vivent encore très isolées et doivent faire plusieurs kilomètres pour payer leurs factures, recharger leur crédit téléphonique ou leur compteur d'électricité qui fonctionne avec un système de prépaiement des consommations.

La pandémie a-t-elle des répercussions néfastes sur votre développement et comment résistez-vous ?

Plusieurs membres du l'équipe, dont Foli Adanlete, directeur général de Koosmik Togo et Claude Grunitzky, président de Koosmik, ont été hospitalisés et s'en sont sortis, fort heureusement. D'un point de vue financier, sans les activités de services et de conseils

02. Les utilisateurs de Koosmik peuvent disposer d'un wallet électronique permettant des dépôts et retraits d'espèces, le paiement de factures, le paiement par mobile en magasin, l'accès à l'assurance et le transfert d'argent.

03. 04. Depuis 2013, Grégoire Yakan a effectué des missions en Afrique une à deux semaines par mois en moyenne.

05. Grégoire Yakan, Pierre Gramegna, ministre des Finances et Claude Grunitzky, président de Koosmik au Paris Fintech Forum, en janvier 2019 (de g. à dr.).

« Nous réservons les commissions prélevées sur la vente de produits alimentaires à UNITLIFE, une initiative des Nations Unies qui lutte contre la malnutrition en s'appuyant sur les capacités d'entreprises innovantes issues de l'économie numérique. »

en informatique, principalement en Europe et en Afrique, nous n'aurions pas pu maintenir la tête hors de l'eau. Nous avons également étendu nos activités de conseils aux USA et au Canada. Koosmik n'a reçu aucune aide depuis le début de la pandémie, ni chômage partiel, ni aide à l'innovation. La typologie des aides gouvernementales n'était pas adaptée à notre startup. Même si nous ne pourrions atteindre tous les objectifs que nous nous sommes fixés en 2021, la pandémie ne nous empêche pas de travailler à distance sur des projets technologiques. Une start-up doit s'avoir s'adapter. Le gouvernement a aidé de nombreuses entreprises et cet accompagnement a un coût. Par choix, nous n'avons pas fait de demande de chômage partiel. Nous pensons que les



06

salariés d'autres secteurs, comme ceux de l'Horeca et de la santé, sont bien moins chers que nous et donc, prioritaires. En revanche, les déplacements et les interactions humaines très réduites ne favorisent pas les petites équipes et les startups. Nous avons des échéances et mieux vaut être sur place pour échanger avec les institutions et les régulations, surtout en Afrique. De plus, les débits Internet ne sont pas les mêmes qu'au Luxembourg et les visioconférences sont loin d'être aussi efficaces. La pandémie sanitaire actuelle se traduit par des pertes de temps qui se répercutent sur la bonne marche des affaires.

Pour faire face à cette situation, vous avez créé une nouvelle marketplace en ligne au Togo. Pouvez-vous nous en dire un peu plus ?

Avec nos équipes locales, nous avons créé KoosmikShop, une marketplace de e-commerce au Togo. Il s'agit d'une réponse pragmatique aux mesures sanitaires actuelles. Il n'existait pas encore de plateforme marchande similaire au Togo. Actuellement nous livrons Lomé et ses environs, et nous desservirons bientôt d'autres régions du pays. Il est possible d'effectuer ses achats depuis un téléphone portable ou tout autre ordinateur connecté. Nous proposons des produits d'épicerie, de l'habillement, des produits high-tech, de l'électroménager ou encore des services et des produits d'assurance. Nous offrons une visibilité en ligne aux marchands locaux,

ce qui se traduit par l'augmentation des ventes et du nombre de clients malgré la pandémie. Notre solution Koosmik Pay est connectée à la plateforme et intègre plusieurs moyens de paiement, dont les opérateurs télécoms. Nous avons également introduit un système de QR codes pour faciliter les transactions. Koosmik prélève une commission sur les ventes - hors produits alimentaires - ce qui permet aux commerçants de n'avoir aucun coût fixe en contrepartie de la mise en ligne de leur catalogue.

Vous ne faites pas de marge sur les produits alimentaires. Pourquoi ?

Nous ne prélevons aucune commission sur les ventes de produits alimentaires. Nous venons de conclure un partenariat pour reverser ces montants au profit d'UNITLIFE, une initiative des Nations Unies qui lutte contre la malnutrition en s'appuyant sur les capacités d'entreprises innovantes issues de l'économie numérique. Nous sommes la première startup à participer à ce programme ! Nous sommes également fiers d'avoir à nos côtés un groupe luxembourgeois, la chaîne hôtelière panafricaine ONOMO, déjà fortement impliquée dans des initiatives locales en lien avec la RSE. Koosmik s'engage donc jusqu'en 2024 au côté d'UNITLIFE et ONOMO pour apporter sa contribution à la lutte contre la malnutrition sur le continent africain. Plusieurs actions et événements seront organisés d'ici là, peut-être même au Luxembourg !

Avez-vous obtenu des aides ou participé à des salons et des concours ?

Nous avons eu le plaisir de participer à des missions économiques et des salons organisés par la Chambre de Commerce au Rwanda, au Kenya, au Ghana et en Côte d'Ivoire. Ces missions nous ont permis de rencontrer plusieurs investisseurs, comme Vincent Lyonnet, Partner à Steed Shell Solutions et qui siège désormais au conseil d'administration de Koosmik. En 2018, nous avons pris part au salon Vivatech, à Paris, premier événement Tech & Startup en Europe. La même année, nous avons participé à la première édition de CATAPULT : Inclusion Africa organisé par la Luxembourg House of Financial Technology (LHOFT). Il s'agit d'un programme unique d'une semaine consacré au développement de startup Fintech et ciblant les entreprises Fintech africaines pour créer des ponts entre l'Afrique et l'Europe, en ligne avec les objectifs de durabilité du centre financier du Luxembourg. En 2018 et 2019, Koosmik a été sélectionné pour représenter le Luxembourg au Consumer Electronics Show (CES) à Las Vegas, un salon devenu une référence dans le monde des innovations électroniques en tous genres. Nous y avons remporté le prix « Coup de cœur » du Village Francophone parmi plus de 500 candidats. Enfin, en janvier 2019, Koosmik a reçu le « Prix du jury » au Paris Fintech Forum, un salon qui réunit le monde de la Fintech. En matière d'aides, nous avons pris part à l'initiative Business Partnership Facility (BPF). Initiée par le ministère des Affaires Étrangères et



07



09



08



10



11

Européennes en partenariat avec la Chambre de Commerce et le ministère de l'Économie, la BPF est une facilité dotée d'un budget annuel d'un million d'euros, visant à encourager le secteur privé luxembourgeois et européen à s'associer avec des partenaires - publics ou privés - de pays en développement, afin de mettre en place des projets commerciaux durables dans ces pays. Nous avons obtenu 200.000 euros, mais dans le contexte sanitaire actuel, nous avons décidé de reporter l'affectation des fonds, en accord avec LuxDev, l'agence luxembourgeoise pour la coopération au développement, mandatée pour la gestion de la facilité.

Quelles sont les prochaines étapes pour Koosmik ?

Nous sommes dans une logique de croissance pour atteindre une masse critique d'utilisateurs, afin d'être rentable le plus rapidement possible. Il faut aller vite, malgré

les obstacles et le contexte sanitaire actuel. En marge du développement commercial, nous poursuivons nos efforts de recherche et développement, avec l'espoir de nouvelles avancées avant 2022. Après le Togo, nous comptons développer nos activités à Madagascar et en Afrique du Sud, et sans doute dans deux ou trois autres pays membres de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UMOA), en fonction de l'issue des discussions actuellement en cours avec la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO). Il nous reste encore beaucoup de travail. Toutes nos équipes, au Togo comme au Luxembourg, ont hâte de pouvoir voyager de nouveau, pour le travail d'abord, et pourquoi pas ensuite, pour quelques jours de repos bien mérités. —

06. Cina Lawson (3^e à dr.) ministre des Postes et de l'Economie Numérique, entourée des équipes de Koosmik réunies à Lomé, au Togo.

07. 08. Dans la continuité du développement du groupe ONOMO en Afrique, l'actionnaire principal de Koosmik, Batipart, a lancé ANAMA, une plateforme d'investissement hôtelier en Europe après l'acquisition en 2019 de six hôtels au Luxembourg gérés sous les marques Sofitel, Novotel et Mama Shelter.

09. Point presse dans les jardins de l'Hôtel Onomo à Lomé, au Togo.

10. Foli Adanlete, directeur général de Koosmik Togo et Grégoire Yakan.

11. Grégoire Yakan et Julio Teko : l'acteur et influenceur togolais a animé la cérémonie de lancement de Koosmik au Togo.

Plus d'informations :

www.koosmik.com

Startup

François-Xavier Cordier

Founder & CEO, LEKO Labs

Construire autrement

TEXTE Marie-Hélène Trouillez

PHOTOS Matthieu Freund-Priacel/Primatt Photography

Fondée au Luxembourg en 2017 par François-Xavier Cordier, LEKO Labs est une startup de construction disruptive basée au Technoport de Foetz. Elle a développé et fait breveter une technologie permettant la construction de logements «zéro carbone», à un prix abordable et en un temps record. Dans quelques mois, la startup envisage de dévoiler son concept unique au monde de *microfactory*, une micro-usine robotisée capable de livrer annuellement 500 logements. À terme, LEKO Labs ambitionne de multiplier ses *microfactories* en Europe avec un objectif de 20.000 logements par an, conçus et produits en privilégiant les circuits courts.

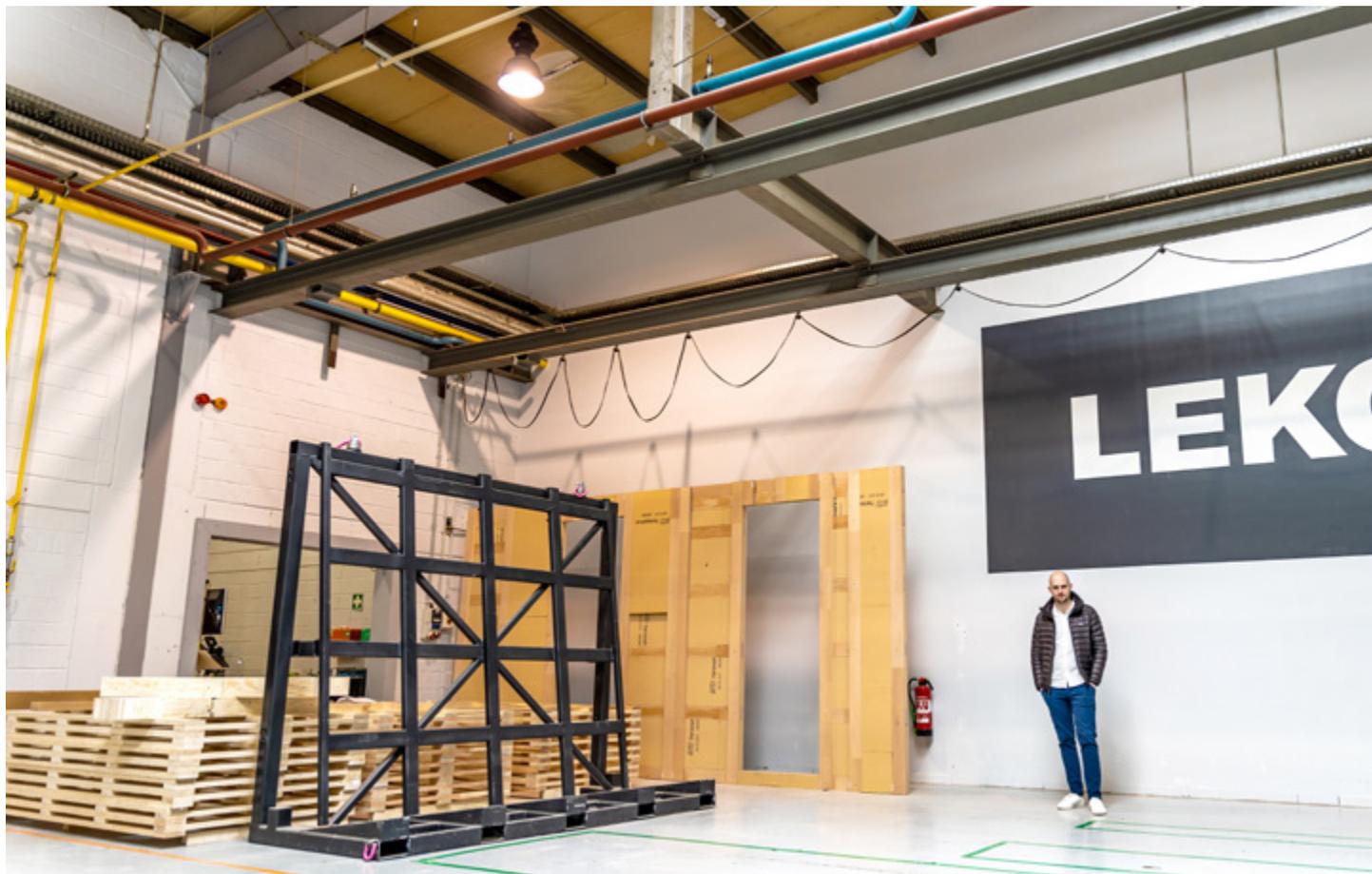
———— Pouvez-vous nous décrire, en quelques mots, ce qui se cache derrière le fondateur de LEKO Labs?

Je suis diplômé en *Engineering Science and Wood Technology* et passionné de construction depuis tout jeune. Construire, à mon sens, c'est produire quelque chose de concret et d'utile. J'ai effectué une formation en alternance dans les Vosges, en France, avec des professeurs passionnés par les métiers du bâtiment. J'ai beaucoup appris en matière de construction passive et d'architecture bioclimatique, notamment. Il s'agit de bâtiments dont l'implantation et la conception prennent en compte le climat et l'environnement immédiat, afin de réduire la consommation d'énergie. Lors de mon stage pratique, j'ai réalisé que l'habitat était le bien qui coûte le plus cher et qui est le moins bien conçu! En 2009, je ne savais pas avec précision ce que j'allais faire, mais je savais que j'allais lancer mon entreprise. J'ai déposé la marque LEKO, un nom simple à prononcer dans toutes les langues. En 2010, j'ai terminé ma formation et j'ai décidé de partir faire un tour d'Europe pendant deux ans, pour voir ce qui se faisait ailleurs. En 2012, j'ai travaillé dans un cabinet d'architecture à Paris et en 2013, auprès d'un promoteur investi dans une démarche durable et écologique au Luxembourg. Dès 2014, j'ai décidé de me consacrer pleinement à mon projet LEKO, en France. L'idée était de vendre des modèles de maisons



«L'avenir a besoin de bâtiments à zéro émission de carbone. Et il en faut beaucoup.»





haut de gamme, sur catalogue, et de réinventer les concepts de construction. L'idée n'a pas pris en France, le pays n'étant sans doute pas prêt pour franchir le pas. Le secteur de la construction est un monde assez verrouillé dans lequel il est difficile de bousculer les habitudes. Les normes sont faites pour dissuader les nouveaux venus.

D'où l'idée de vous installer au Luxembourg ! Mais au fait, pourquoi le Luxembourg ?

J'ai fait la connaissance de plusieurs personnes de Neobuild, le premier et l'unique Pôle d'Innovation Technologique de la Construction Durable au Luxembourg. J'ai été mis en contact avec l'Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment (IFSB), un centre de compétences qui propose des formations pour les entreprises de construction. En 2015, Neobuild a matérialisé son activité en créant le Neobuild Innovation Living Lab, véritable vitrine de l'innovation pour le secteur de la construction durable. Construit comme un «laboratoire vivant» au cœur d'un chantier expérimental, ce bâtiment de

haute technologie est aussi un incubateur d'entreprises et un accélérateur de talents au service de la concrétisation de projets d'innovation.

En 2017, j'ai fermé ma société en France et je suis venu m'installer au Luxembourg avec une petite équipe de quatre personnes. LEKO a été la première startup à être incubée au Neobuild Innovation Living Lab. Nous avons reçu des bureaux et un soutien financier pour développer une *proof of concept* (POC) et démontrer la faisabilité de notre procédé novateur. Dans le cadre d'un événement organisé fin 2017 par le Luxembourg Wood Cluster, une plateforme d'échange créée en 2016 pour les acteurs de la filière bois, nous avons présenté notre concept devant un large public. Un promoteur luxembourgeois est venu jusqu'à nous pour nous proposer un marché. Il s'agissait d'une maison à construire sur 4 niveaux. Nous n'avions jamais rien construit et nous nous sommes retrouvés avec 1.000 m² de murs à livrer pour août 2018. Début 2018, nous avons déménagé au Technoport par manque de place pour la réalisation de

cette première commande. Après avoir équipé l'atelier, nous nous sommes mis au travail le 1^{er} juillet 2018 et le 3 août 2018, le gros œuvre fermé comprenant les murs extérieurs et la charpente, était prêt. Nous ne nous occupons ni du second œuvre (plomberie, électricité...) ni des finitions de la maison (peintures, revêtement de sol...). Le parachèvement jusqu'à la mise en fonction définitive de la maison a été terminé en avril 2019. Le promoteur et le client ont été très satisfaits de la qualité du bâtiment. Nous nous sommes ensuite attachés à trouver d'autres partenaires.

Pouvez-vous décrire brièvement LEKO Labs et ses avantages ?

Nous avons développé et fait breveter une technologie qui révolutionne la manière de construire un bâtiment. Nous nous sommes inspirés de l'industrie automobile et aéronautique qui utilise la robotique et la digitalisation pour produire en série des produits de qualité de façon économique et durable. Nous avons appliqué ces technologies à la construction et repensé la conception, la



01



02

01. En 2017, la jeune équipe constituant LEKO a été accueillie par le pôle d'innovation Neobuild et dispose maintenant d'un espace au Technoport de Foetz.

02. François-Xavier Cordier s'est inspiré de l'industrie automobile et aéronautique qui utilise la robotique et la digitalisation pour produire en série des produits de qualité de façon économique et durable.

03. 04. Leko participe à la lutte contre le réchauffement climatique en offrant une alternative au béton.



03



04

production et la construction de logements durables. Notre solution répond à la fois aux problèmes de coût, de délais, de risque et d'inefficacité inhérents au secteur de la construction classique. La plateforme digitale développée par nos équipes, coordonne et pilote l'ensemble des processus et peut convertir n'importe quel plan d'architecte en un assemblage LEKO Labs. Les différentes pièces qui le constituent sont façonnées, puis assemblées pour constituer les murs. Ces derniers n'ont plus qu'à être assemblés sur le chantier. Nous obtenons des murs plus légers, plus solides et 40% plus minces, dans lesquels l'isolation est intégrée. Par rapport à une construction traditionnelle, l'espace habitable est augmenté de 10%. Avec le gain d'espace, le promoteur fait un gain de 30 à 50% sur le prix du gros œuvre et peut dégager jusqu'à 70% de gain sur son profit.

La matière première est ce qu'il y a de plus cher chez LEKO Labs. Or, c'est l'inverse pour les sociétés de construction traditionnelle qui font leur marge en prenant souvent des matériaux à bas prix, sachant que les coûts

en main-d'œuvre sont importants. Nous utilisons le pin Douglas, un bois naturellement résistant qui vient des Vosges et de la Grande Région. Au final, grâce à la robotisation, nous sommes plus compétitifs avec des matériaux de qualité.

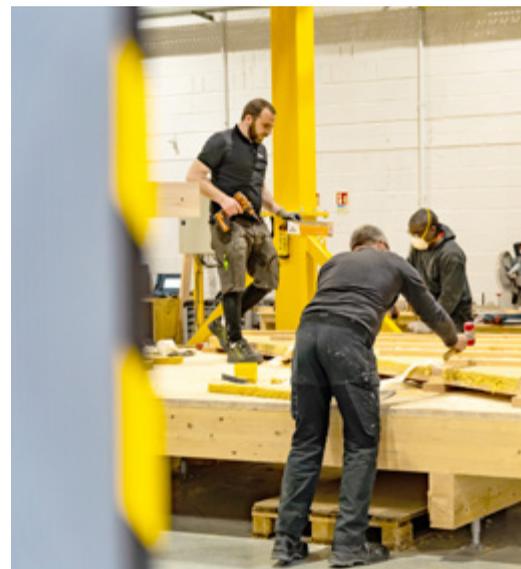
Quels sont les principaux défis environnementaux de l'industrie de la construction et comment LEKO Labs les relève-t-elle ?

Nous sommes confrontés, aujourd'hui, à de nouvelles problématiques avec des ressources qui s'épuisent et des modes de vie qui ont évolué. Aujourd'hui, nous passons 90% de notre temps à l'intérieur de bâtiments. Or, rien n'a vraiment changé en matière de construction. C'est un secteur qui est resté peu productif et qui utilise des matériaux et des méthodes d'un autre âge. L'impact sur l'environnement est considérable. Le béton est la substance la plus utilisée sur la planète, après l'eau. Si l'industrie du ciment était un pays, elle serait le troisième émetteur de dioxyde de carbone au monde avec jusqu'à 2,8 milliards

« Notre système est 100 % démontable et recyclable et 10 fois plus résistant que le béton pour une bien meilleure performance énergétique et une empreinte écologique moindre. »

de tonnes, après la Chine et les États-Unis. Le béton absorbe près d'un dixième de l'eau utilisée dans l'industrie mondiale. Avec l'urbanisation, la croissance démographique et le développement économique, la production mondiale de béton pourrait atteindre les 5 milliards de tonnes par an d'ici 2050, avec une émission de 470 gigatonnes de dioxyde de carbone, selon les pronostics de la Commission mondiale sur l'économie et le climat. Si rien n'est fait, nous sommes en violation des accords de Paris sur le changement climatique, en vertu duquel les gouvernements du monde entier ont convenu que les émissions annuelles de carbone de l'industrie du ciment devraient être réduites d'au moins 16% d'ici 2030.

Il est temps de sortir de « l'âge du béton » et de construire autrement pour relever le



05. Grâce à un procédé innovant, LEKO produit des murs plus légers, plus solides et 40 % plus minces, dans lesquels l'isolation est intégrée.

« Il faut environ 24 mois pour construire une maison classique. Grâce à l'assemblage robotisé de nos composants, nous visons une réduction de ce délai à trois mois. »

défi du développement durable et des économies d'énergie, et aussi, réduire la pénibilité sur les chantiers et gagner en productivité. Le système LEKO Labs est 100 % démontable et recyclable et 10 fois plus résistant que le béton pour une meilleure performance énergétique et une empreinte écologique moindre. L'avenir a besoin de bâtiments à zéro émission de carbone. Et il en faut beaucoup.

Comment avez-vous financé votre développement ?

La BGL BNP Paribas nous a permis d'accéder à des possibilités de financement intéressantes, avec le soutien de la Banque européenne d'investissement (BEI) et de la Société Nationale de Crédit et d'Investissement (SNCI). En particulier, le dispositif InnovFin – instrument européen de financement dédié aux projets innovants par l'octroi d'une garantie bancaire représentant 50 % des investissements. C'est grâce à ces moyens, entre autres, que LEKO Labs a mis en œuvre sa première chaîne de production entièrement automatisée pour un investissement

total proche de 10 millions d'euros. En marge de ces financements, nous avons développé un « bot », un algorithme conçu pour parcourir la toile et identifier des profils de *business angels* dans le cadre d'une campagne de *growth hacking* qui avait pour objectif d'activer la croissance de l'entreprise. Nous avons rencontré plusieurs investisseurs pour leur présenter notre projet. Actuellement, nous sommes soutenus par une quarantaine d'entre eux, dont cinq *business angels* importants.

Quelle est votre stratégie d'acquisition de talents ?

LEKO Labs compte une trentaine de personnes de 15 nationalités différentes. Nous allons chercher nos talents à travers le monde auprès de sociétés performantes et reconnues. Nous rencontrons nos candidats et nous les invitons à venir sur site pour leur expliquer notre philosophie. Nos équipes apportent un savoir-faire pointu en aéronautique, en robotique, en informatique, etc. et contribuent au développement de LEKO Labs. Nous travaillons actuellement



07



09

06. 07. 08. La plateforme digitale développée par les équipes de la jeune startup coordonne et pilote l'ensemble des processus et peut convertir n'importe quel plan d'architecte en un assemblage LEKO.

09. 10. Un nouveau procédé de fabrication mis au point par l'équipe robotique a fait l'objet d'un brevet LEKO et sera opérationnel d'ici la fin 2021.



08



10

avec deux ingénieurs spécialisés en robotique pour fabriquer nos murs à la verticale et non plus à plat. Ce nouveau procédé a fait l'objet d'un brevet LEKO et permet un gain de place considérable. Deux autres personnes viendront renforcer l'équipe robotique et ce nouveau procédé de fabrication sera opérationnel d'ici la fin 2021.

Quel est votre plus bel accomplissement personnel et professionnel, et la pandémie actuelle a-t-elle constitué un frein dans votre développement ?

Depuis quelques mois, je suis le père d'une petite fille et j'en suis très heureux. Côté professionnel, je suis fier d'avoir mis sur pied une équipe de 30 personnes et d'avoir été capable de développer une solution innovante et durable, apte à susciter l'engagement de promoteurs toujours plus nombreux.

Pendant la pandémie, nous avons travaillé sur la deuxième génération de produit et nous avons doublé la surface de l'entrepôt. Les recrutements, en revanche, nous ont posé quelques problèmes, sachant que nous

rencontrons tous nos candidats avant de les embaucher. Ceux-ci restent généralement quelques jours au Luxembourg, pour mieux appréhender l'organisation et les spécificités de l'entreprise. Avec la pandémie, nous n'avons pas pu faire venir tous les candidats, comme nous le souhaitions.

Que contient votre liste de vœux pour les cinq prochaines années ?

L'idée est de mener notre première *microfactory* jusqu'à sa pleine capacité de production, à savoir 500 logements «*made in Luxembourg*» par an (chaque logement ayant en moyenne une surface habitable de 90m²), ce qui représente 15% du marché luxembourgeois. On construit actuellement 3.000 logements par an au Grand-Duché. Or, il en faudrait 7.000. Ensuite, il s'agit pour nous de dupliquer ces *microfactories*, ou petites unités de production permettant de faciliter le transport et répondre localement aux besoins de divers marchés. Ainsi, après le Luxembourg, nous visons la Belgique et la Suisse. Il faut environ 24 mois pour construire une maison classique. Grâce

à l'assemblage robotisé de nos composants, nous visons une réduction de ce délai à trois mois. Nous avons pour objectif de bâtir 20.000 logements par an en Europe.

En plus des maisons individuelles, nous développons une technologie pour construire des bâtiments de grande hauteur où tout sera modularisé et préfabriqué. La personnalisation de masse deviendra la norme et les clients pourront configurer leur logement en ligne. La digitalisation et l'automatisation du secteur devraient contribuer à assurer sa viabilité commerciale et environnementale. Nous prenons le pari que les nouvelles générations pourront bientôt se loger plus facilement et pour moins cher. —

Plus d'informations :

www.lekolabs.com

Success Story

Gregory Pilchen

Managing Director,
Ebos Luxembourg



*« Notre engagement
dans la responsabilité
sociale est assez ancien,
notamment car nos métiers
offrent des opportunités
de carrières aux personnes
non diplômées »*

La voix au bout de la ligne

TEXTE Catherine Moisy
PHOTOS Emmanuel Claudei / Focalize

Rares sont les personnes qui n'ont jamais eu affaire au personnel de la société Ebos. Ces experts de la relation clients officient depuis plus de 10 ans, depuis leurs locaux de Differdange ou, le plus souvent, directement depuis chez les marques pour lesquelles ils assurent ce service. Ebos est en effet le leader des *call center* au Luxembourg, avec 600.000 appels traités chaque année, en huit langues, par 170 collaborateurs soigneusement formés. Ebos est labellisée *ESR – Entreprise Responsable* par l'INDR depuis 2017. Rencontre avec Gregory Pilchen, Managing Director.

——— **Pouvez-vous brièvement nous rappeler l'histoire de l'entreprise et nous en dire un peu plus sur son activité ?**

L'équipe en place a commencé à travailler en 1997, à Howald, sous la marque Transcom WW, appartenant au groupe Suédois Kinnevik. En 2009, ce groupe a souhaité se désengager de l'Europe de l'ouest et a cherché un repreneur. Nous avons alors été rachetés par une *joint-venture* luxembourgeo-belge, dont l'actionnariat est composé à parts égales d'Editpress et d'Ebos Belgique. Nous nous sommes alors installés sur notre site actuel de Differdange et avons grandi, passant de 45 employés en 2009 à 170 fin 2020. Le Luxembourg est un marché spécifique où les entreprises externalisent peu leurs relations clients. Donc, en plus de notre propre *call center*, nous gérons beaucoup de centres d'appel situés dans les murs de nos clients, avec du personnel 100% recruté, formé, encadré et payé par nous. Nous travaillons pour une vingtaine de clients importants, principalement issus des secteurs télécoms, banque/finance et automobile ainsi que quelques ONG. Il nous arrive aussi de travailler ponctuellement pour une marque qui aurait besoin de faire une campagne de télémarketing ou de prise de rendez-vous ou encore un sondage... Au total nous traitons plus de 600.000 appels par an. J'aime à dire que c'est comme si chaque habitant du Luxembourg nous appelait une fois !

La relation clients ne se fait pas uniquement par téléphone. Quelle est la proportion des différents canaux de communication ?

Les contacts digitaux progressent, mais plus lentement qu'on ne pourrait le croire. Les appels téléphoniques représentent toujours plus de 80% des interactions, suivis des e-mails (10%). Ensuite seulement viennent les *chats* et autres canaux digitaux (forum, réseaux sociaux ...) qui sont encore émergents. Les techniques de contacts automatisés (*chat bot*, FAQs) sont, en général, réservées aux questions les plus simples (prix, horaires, localisation...), ou pour apporter des réponses en dehors des horaires d'ouverture. Le Luxembourg a pris un peu de retard dans ce domaine par rapport à d'autres marchés, car les investissements nécessaires sont souvent significatifs pour des marques qui n'ont pas toujours la masse critique permettant un bon retour sur investissement (ROI) sur ce genre de projets. Nous constatons malgré tout une accélération de cette tendance depuis trois ou quatre ans car les technologies deviennent plus abordables et moins lourdes à mettre en place.

La relation clients nécessite de très bien connaître les produits, services et procédures, parfois complexes de vos clients. Comment formez-vous le personnel ?

Les opérateurs que nous recrutons sont formés à la culture, à l'histoire et aux outils des entreprises clientes comme s'ils avaient été embauchés par elles. 95% des employés sont dédiés à un seul client qu'ils connaissent donc parfaitement. Nous construisons les formations avec nos clients et ceux-ci nous informent des moindres changements pour que nous puissions actualiser les contenus. Nous disposons d'un centre interne de formation appelé *Ebos Academy*, qui est l'un de nos grands atouts, l'une des raisons pour lesquelles les clients font appel à notre savoir-faire. Les gens déjà formés à ce métier et qui parlent de surcroît le Luxembourgeois, n'existent pas. Nous devons trouver des personnes qui ont le potentiel requis et les former entièrement. Chaque recrue passe en moyenne 3 semaines en formation avant de traiter son premier contact client. Puis, tout au long des carrières, nous continuons à former les équipes pour pouvoir proposer des progressions vers des postes de chefs d'équipe ou de projet.

Depuis la fin d'année dernière nous avons

également créé un "incubateur" pour les nouvelles recrues, où elles sont accompagnées par plus de coach, en leur laissant plus de temps chaque semaine pour améliorer leurs performances et les aider à se sentir mieux dans leur nouveau métier.

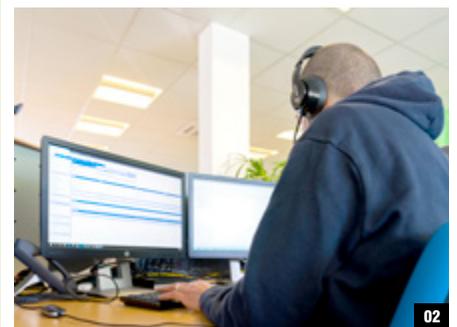
On entend souvent que les métiers en contact avec du public sont confrontés plus souvent à des attitudes agressives ou inciviles de leurs interlocuteurs. Faites-vous également ce constat ?

Comment formez-vous votre personnel à cette nouvelle réalité ?

Il y a une tendance générale à plus de violence et effectivement les gens ont parfois tendance à prendre plus de libertés à distance qu'en face-à-face, mais je ne dirais pas forcément que c'était mieux avant. Aujourd'hui les gens savent que la technologie avancée permet de les identifier et cela calme le jeu. Dans un petit pays comme le Luxembourg, chacun tient à sa réputation. Les relations sont plus policées qu'ailleurs. Cependant, pour répondre à votre question, nous avons une formation spécifique à la gestion de clients difficiles, cela englobe les personnes agressives mais aussi parfois celles qui pensent avoir réponse à tout etc. Cette formation fournit des techniques pour éviter d'arriver à un stade où la conversation dérape vers du désagréable. Pour aider les opérateurs, nous faisons beaucoup de séances d'écoute. Nous enregistrons 1 à 3% des appels et ensuite nous les analysons. C'est un très bon matériau pédagogique.

Quels sont les bons profils pour faire de la relation clients ?

Un bon conseiller clients ne s'évalue pas nécessairement au travers d'un CV. Il n'y a pas de cursus scolaire spécifique. C'est nous qui enseignons le métier. L'an dernier la moitié de nos recrues n'avaient aucun diplôme. Ce que nous recherchons au moment du recrutement c'est en premier lieu la motivation, les langues parlées et des *softs skills* comme les capacités de communication, l'aisance digitale, l'esprit de concision, l'esprit d'équipe et la capacité à travailler en *call center*, car il s'agit d'un environnement particulier, très jeune, très dynamique, où le rythme est soutenu. Nos meilleurs collaborateurs peuvent aussi bien sortir tout juste de l'école qu'avoir opéré un changement de carrière radical. On trouve assez fréquemment des bons profils issus de la vente, de l'hôtellerie ou de l'automobile mais il n'y a pas vraiment de règles.





01

La relation clients, ce sont aussi beaucoup d'outils digitaux permettant d'optimiser les suivis. Comment assurer un bon équilibre humain-machine ?

Notre slogan est "The human touch in the digital contact". La signification derrière ces mots est triple. D'abord, nous pensons que les outils digitaux sont contre-productifs s'ils ne sont pas implémentés par des experts de la relation clients. On ne compte plus les clients qui viennent nous voir en demandant de l'aide après des tentatives digitales qui ont été des fiascos, à la suite d'une préparation trop orientée technologie, et pas assez "Relation Clients". Ensuite, nous pensons également que les outils digitaux ne doivent pas être imposés aux clients en remplacement de l'humain, mais mis à disposition, si le client le juge utile pour lui, pour certains types de problématiques (simulateurs de crédit par exemple) ou des questions simples (obtenir une liste de prix, des horaires d'ouverture) ou encore pour

pouvoir assister les clients en dehors des horaires d'ouverture. Enfin, nous pensons que l'un des aspects les plus passionnants de la digitalisation, est l'assistance qu'elle apporte aux téléopérateurs, faisant d'eux des conseillers "augmentés". L'intelligence artificielle et sa puissance de recherche dans les informations stockées, permettent d'apporter de meilleures réponses, plus rapidement et de traiter les cas complexes plus facilement. Les historiques sont enregistrés et les clients reconnus. Ils ne doivent pas réexpliquer leur cas à chaque opérateur qui intervient sur leur dossier. Les outils de relation clients sont en outre de plus en plus interconnectés avec les autres outils digitaux des entreprises et cela fluidifie les traitements.

La problématique du RGDP a-t-elle transformé votre métier ?

En ce qui nous concerne, le RGDP n'a eu aucun impact. La problématique de la

« Les contacts digitaux progressent, mais plus lentement qu'on ne pourrait le croire. Les appels téléphoniques représentent toujours plus de 80 % des interactions. »

01. 02. 03. Qu'ils soient dans les locaux de l'entreprise ou basés chez les clients, les salariés d'Ebos utilisent des outils logiciels performants et bénéficient de formations pointues, mises au point avec les clients.



04. La palette de services d'un centre de relation clients est très large et va de la prospection de vente au support technique, en passant par la prise de rendez-vous, le traitement d'e-mails ou encore la réalisation de sondages...

« Un bon conseiller clients ne s'évalue pas nécessairement au travers d'un CV. Il n'y a pas de cursus scolaire spécifique. C'est nous qui enseignons le métier. »

protection des données personnelles était déjà au centre de nos préoccupations depuis le début des années 2000, avec une nette accélération au début des années 2010 avec la digitalisation. La législation luxembourgeoise a toujours été l'une des plus strictes d'Europe. Par exemple, l'acquisition de listings de numéros de téléphone pour organiser des campagnes massives de télémarketing, n'y a jamais été autorisée. En amont de la mise en place du RGDP sur le plan européen, notre groupe avait déjà pris l'initiative de travailler sur les aspects juridiques des données personnelles avec l'université de Bologne qui travaillait aussi avec les instances européennes sur ces questions. Finalement, je dirais que l'entrée en vigueur du RGDP a plutôt été une aide pour structurer notre approche et surtout sensibiliser nos donneurs d'ordres, qui sont les propriétaires des données que nous traitons. Cela a facilité le dialogue, en partant d'un référentiel commun et cela a contribué à assainir le métier.

Vous êtes labellisé Entreprise Socialement Responsable. Qu'est-ce que ce label représente pour vous ?

Notre engagement dans la responsabilité sociale est assez ancien, notamment car nos métiers offrent des opportunités de carrières aux personnes non diplômées qui ont généralement plus de difficultés que d'autres à trouver un emploi. En suivant la *to do list* de l'INDR pour obtenir la labellisation, nous avons voulu aller plus loin. Nous

avons confronté notre démarche à un référentiel officiel pour éviter d'avoir des angles morts dans notre approche et aussi pour avoir accès aux bonnes pratiques d'autres entreprises ou d'autres secteurs d'activité. Nous articulons notre démarche RSE autour de trois piliers, social, éthique et citoyen. Le pilier social consiste à assurer un traitement équitable et responsable des personnes, offrir des possibilités d'évolution au sein de l'entreprise et à nous engager pour le bien-être de nos collaborateurs. Le pilier éthique repose sur la protection des données, des relations client/fournisseur responsables et transparentes et la réduction de notre impact environnemental. Enfin le pilier citoyen couvre le respect de la diversité, l'insertion de personnes et l'implication de l'entreprise dans la vie locale, que nous développons depuis que nous sommes à Differdange, notamment en embauchant beaucoup localement.

Comment mesurez-vous le bien-être des collaborateurs ?

Nous le mesurons en faisant des enquêtes de satisfaction annuelles et d'autres plus ponctuelles sur des sujets précis. Nous en avons organisé plusieurs durant le confinement, pour mesurer rapidement les besoins

en accompagnement et les évolutions de ces besoins. C'est ainsi que nous avons découvert que la plupart des employés ne souhaitaient pas rester à 100% en télétravail. Nous avons d'autres indicateurs importants comme le *turnover* ou l'absentéisme. Chez Ebos, l'ancienneté moyenne est supérieure à 4 ans -ce qui est beaucoup dans notre métier- et l'absentéisme est quasi nul ; nous en déduisons que les gens se sentent plutôt bien chez nous. Nous dialoguons beaucoup jusqu'à trouver l'origine des situations problématiques pour les résoudre.

Quel est l'impact de la crise du Coronavirus sur votre activité ?

Les différentes mesures sanitaires et la crainte des contaminations ont indéniablement eu un effet sur notre activité. Les gens se tournent davantage vers le contact à distance (téléphone, chat, e-mails...). Ebos a donc doublé son activité en 18 mois, principalement par l'acquisition de nouveaux clients, mais aussi par ces changements d'habitudes, responsables de 10 à 20% de la hausse. Ce bilan positif est un soulagement car au tout début de la crise, lors du confinement strict, beaucoup de clients avaient fermé leur activité et il ne se passait plus rien. Les volumes traités se sont



05. 06. 07. Le métier de téléopérateur requiert une grande concentration, d'où l'importance de pouvoir avoir accès à des espaces de repos agréables pour les temps de pause.



d'abord écroulés pour ensuite reprendre à un niveau plus élevé qu'avant. Nous avons dû répondre à des problématiques nouvelles, par exemple pour aider des clients qui n'avaient pas prévu la vente à distance ou pour assurer le SAV qui ne pouvait plus se faire sur les lieux de vente... Du fait des congés pour raison familiales, il y a eu une pression sur le personnel resté en activité. Nous avons très vite repris nos recrutements et nos formations, mais en mode digital, ce qui était nouveau pour tout le monde. Ce fut une grosse période d'apprentissage qui a accéléré considérablement nos projets de digitalisation. Par exemple, nous avons mis en place un système de coaching à distance pour les plus juniors de nos opérateurs, pour les rassurer et leur permettre d'avoir des réponses rapides en cas de difficulté avec un interlocuteur. Nous nous sommes mis au télétravail comme tout le monde. Notre métier s'y prête bien car nous pouvons suivre facilement l'activité de chacun à distance mais nous faisons le constat que ce n'est pas l'idéal pour nos opérateurs qui n'ont pas toujours chez eux le calme nécessaire à un travail au téléphone. Beaucoup sont jeunes et ont des enfants en bas âge ou de petits logements où il est difficile de s'isoler. À l'heure actuelle, à peu près la moitié des effectifs est encore en télétravail mais tous ceux qui ont souhaité revenir sur leur lieu de travail ont pu le faire.

Observe-t-on une tendance à la relocalisation des centres d'appels extraterritoriaux ou offshore ?

Il est vrai que la tendance du *offshore* s'est beaucoup développée dans notre métier pour pouvoir bénéficier de coups réduits.

Le Luxembourg est plutôt préservé de ce phénomène pour 3 raisons. La première est que Luxembourg est le pays qui externalise le moins sa relation clients, pour des raisons culturelles et surtout opérationnelles, puisque peu de sociétés atteignent la masse critique permettant une délocalisation intéressante pour les prestataires *offshore*. La deuxième raison est linguistique, notamment grâce à la place centrale du luxembourgeois dans la communication des marques. Aucune destination *offshore* ne peut offrir cela. Enfin, la troisième raison est d'ordre juridique. Le Luxembourg a une politique de protection des données très aboutie, et cela date de bien avant le fameux RGPD, ce qui empêche certains secteurs, notamment la finance, d'exporter leurs données hors d'Europe. Toutes ces raisons font qu'il n'y a quasi pas de délocalisation, à part pour quelques campagnes de télémarketing isolées.

Vous avez fait toute votre carrière dans la relation clients. Quelles sont les évolutions majeures et les tendances que vous avez pu observer ?

La chose la plus frappante est la disparition des tâches simples. Au début de ma carrière on pouvait former les opérateurs en un jour car les tâches n'étaient pas très compliquées. Aujourd'hui il faut 3 semaines minimum pour que le personnel soit apte à traiter des dossiers complexes, dans des outils complexes. Cela donne une valeur ajoutée beaucoup plus importante à notre travail. Le vrai challenge qui en découle est de faire monter en compétence le personnel qui est chez nous depuis longtemps et qui doit s'adapter à la nouvelle donne et à la

multiplicité des canaux de communication que nous utilisons aujourd'hui. Nous avons aussi fait évoluer les *Key Performance Indicators*, les fameux KPI, car les mesures très quantitatives comme le temps d'attente ne suffisent plus ; il nous faut des notions beaucoup plus qualitatives. Dans certains domaines les offres se ressemblent beaucoup. Ce qui fait la différence c'est la qualité du service rendu au client final et son degré de satisfaction. Pour moi les KPIs les plus importants sont ceux qui mesurent cette satisfaction. Nos formations reposent beaucoup là-dessus, sur cette notion de qualité. —

«Le Luxembourg a une politique très aboutie de protection des données.»

Plus d'informations :

www.ebos.lu

Success Story

Laurent Schonckert

Administrateur-directeur,
Cactus



*« Mes amis
me surnomment
'l'épicier' »*

Nëmmen dat bescht

TEXTE Catherine Moisy

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize et Cactus (10 et 11)

Si le premier magasin Cactus a ouvert ses portes en 1967 à Bereldange, l'histoire de l'entreprise est en fait plus que centenaire, la toute première épicerie de la famille Leesch, propriétaire de l'enseigne, ayant vu le jour dans le quartier Gare en 1900. Aujourd'hui, plus de 4.500 personnes travaillent dans les 61 points de vente du groupe, ses ateliers de production, ses entrepôts et au siège. L'entreprise présente la particularité de ne quasi rien sous-traiter, ayant sa centrale d'achats, sa propre agence de communication et effectuant ses recrutements, ses développements IT... Ainsi, elle rassemble une centaine de métiers. Cette belle réussite est aussi le moteur d'engagements multiples en faveur, entre autres, de l'environnement, de la gestion des déchets, de l'éducation, du commerce équitable... Laurent Schonckert, administrateur-directeur depuis 20 ans, revient sur cette *success story*.

Selon vous quels facteurs expliquent le succès de Cactus ?

Selon moi, il faut poser la question aux consommateurs ! C'est une boutade mais en fait cela résume assez bien notre état d'esprit tourné vers les clients. Plus précisément, notre succès est le fruit de plusieurs facteurs qui ont tous leur importance. Nous avons d'abord plusieurs formats de points de vente, du très grand hypermarché à la petite boutique de station-service. Cela permet de nous adapter aux besoins et aux envies des consommateurs. Nous le voyons avec la crise Covid mais c'est vrai tout le temps. Ensuite, nos magasins se trouvent dans de bons emplacements, que nous identifions grâce à notre savoir-faire d'acteur historique luxembourgeois. Ensuite, nous produisons nous-mêmes toute une gamme de produits alimentaires, que ce soit en boucherie, en pâtisserie ou pour le rayon traiteur. Il s'agit donc de produits exclusifs dont nous maîtrisons la qualité artisanale, avec l'objectif qu'ils soient aussi bons, voire meilleurs que les autres produits de leur catégorie. Notre assortiment et les liens forts que nous entretenons avec des producteurs locaux sont d'autres de nos atouts. Enfin et surtout, la fidélité de notre personnel est une grande force. Nous investissons beaucoup dans la formation et tâchons de maintenir une ambiance familiale dans laquelle il est agréable de venir travailler. Je suis personnellement très attaché à cet état d'esprit que j'ai découvert tout jeune



« Nous avons internationalisé nos assortiments. »



01



02



03



dans le café-restaurant que ma grand-mère possédait sur la Sûre. Pendant les vacances toute la famille y venait pour donner un coup de main. Chez Cactus, je retrouve cet esprit. Il n'est pas rare de voir plusieurs générations d'une même famille parmi nos employés. L'ensemble des facteurs dont je viens de parler sont d'égale importance et doivent tous être au rendez-vous car une réputation est fragile et le moindre problème dans un domaine peut rejaillir sur l'image globale de l'enseigne.

Comment s'organise la prise de décision entre vous et la famille Leesch ?

Notre relation est faite de respect mutuel et de confiance réciproque. C'est Paul Leesch qui m'a recruté en 1984 et quand son fils Max a pris la relève en 2001, il a souhaité continuer à travailler avec moi. Je le prends comme une preuve de bonne collaboration. Au quotidien, j'ai une grande autonomie de décision mais je sais quand je dois demander l'aval des actionnaires. Pour les nouveaux projets il y a toujours des discussions très ouvertes sur les plus et les moins, que l'idée vienne de la famille Leesch, de moi ou encore de quelqu'un d'autre dans l'organisation. Le processus est très démocratique mais bien entendu, la décision finale appartient à l'actionnaire.

Cela fait près de 40 ans que vous êtes entré dans l'entreprise. Comment se sont passés vos débuts ?

Quand j'étais étudiant, je jouais au foot dans un club soutenu par Cactus. Au cours

de mon cursus il fallait faire un stage pratique et rédiger un mémoire. Pour ce stage, j'ai tout de suite pensé à Cactus, que je connaissais à travers le sponsoring de mon club. C'est comme cela que je suis entré chez Createam, l'agence de communication interne de Cactus. C'était l'époque du lancement des produits blancs, les produits sans marque. J'ai été chargé d'une étude sur le sujet pour laquelle je devais interroger des consommateurs. À la fin du stage, le chef du personnel m'a dit que je pouvais recontacter l'entreprise quand j'aurais terminé mes études de droit, ce que j'ai fait. L'ambiance chez Createam m'avait beaucoup plu et je n'étais pas attiré par la fonction publique, ni par le secteur banque/finance, au contraire de mes amis, qui continuent d'ailleurs à me surnommer « l'épicier ». J'ai donc commencé ma carrière chez Cactus en 1984 et j'ai eu de la chance parce que Paul Leesch m'a pris sous son aile. Il m'emmenait sur le terrain et m'apprenait à sortir de mon esprit cartésien pour adopter un regard de commerçant. J'ai fait partie de plusieurs groupes de travail sur les sujets du moment, le scanning, les cartes de paiement... et ainsi j'ai grandi au fur et à mesure des projets mis en place. À l'époque, il y avait peu d'universitaires dans l'entreprise, ce qui était ma chance mais il n'était pas facile pour autant d'apparaître légitime aux yeux des plus anciens. J'ai donc compris qu'il fallait beaucoup travailler, rester humble et respecter tout le monde pour mériter la confiance. Aujourd'hui encore, je m'efforce d'être toujours droit, sincère et objectif et de laisser ma porte ouverte à

« Nous réfléchissons à l'amélioration continue de nos processus avec et sans digitalisation. »

01. 02. 03. 04. Les produits frais et les produits bios sont une des forces de l'enseigne Cactus, notamment grâce à des relations de longue date nouées avec des producteurs locaux.



04

tout le monde pour garder le contact avec le terrain. Mes fonctions actuelles ne me permettent pas d'y être aussi souvent que je le souhaiterais mais heureusement, les bureaux étant situés juste derrière le centre commercial Belle Étoile, je ne suis pas déconnecté de la vie des magasins.

Vous êtes un ancien sportif de haut niveau et le sport est l'une de vos passions. Voyez-vous des points communs entre le sport et la direction d'une grande entreprise ?

Il y a plusieurs choses que j'ai apprises grâce au sport et qui me sont utiles dans ma vie professionnelle. D'abord, sur un terrain de foot, aucun joueur ne peut gagner le match tout seul. Toute l'équipe compte et toutes les personnalités ont quelque chose à apporter. Il faut composer avec l'ensemble des talents. Ensuite, quand on perd un match, cela ne signifie pas que l'on perdra le suivant. On aura forcément une nouvelle occasion de

gagner. C'est pareil dans la vie des affaires ; il ne faut pas rester sur un échec mais aller de l'avant, regarder vers l'avenir et se préparer au match suivant. Le monde ne s'écroule pas après une défaite, il y a toujours une autre chance. Le sport apprend la patience et la persévérance. Cela dit, je n'aime pas perdre et je ne renonce pas facilement. Même aux cartes, mon épouse vous le confirmerait !

Vous dirigez Cactus depuis 20 ans. Quelles sont les évolutions qui vous ont le plus marqué concernant les comportements et les attentes des consommateurs ou la façon de faire du commerce ?

Beaucoup de choses ont changé. Les consommateurs sont beaucoup mieux informés qu'avant et sont donc plus critiques et exigeants. Ils sont aussi beaucoup plus conscients des enjeux écologiques. Parallèlement, le paysage concurrentiel s'est énormément développé, avec des propositions

variées. On a par exemple vu arriver les enseignes allemandes de discount il y a une quinzaine d'années et ils ont beaucoup développé leurs réseaux. Tout cela fait que les clients ne se contentent plus d'une seule enseigne et sont beaucoup moins fidèles qu'avant. Ils font du « cherry picking » selon leur humeur et leur envie du moment.

Un autre grand changement est l'évolution démographique. Le pays compte aujourd'hui un grand nombre de nationalités, ce qui se traduit par des clients très différents à servir. Cela représente un défi pour nous. Nous avons internationalisé nos assortiments, avec des achats auprès de fournisseurs anglais, portugais etc. mais le défi est aussi de faire savoir à toutes ces clientèles que notre enseigne s'adresse à tous et pas seulement à nos clients luxembourgeois de toujours. Nous communiquons de plus en plus à l'aide des réseaux sociaux. Cela nous permet de toucher tout le monde.

Dans un autre domaine, la dernière

évolution que je souhaite souligner est qu'il est de plus en plus difficile de recruter dans les métiers de bouche artisanaux. Pour garder notre positionnement d'excellence nous passons des partenariats avec des écoles spécialisées, parfois situées à l'étranger comme le Centre de formation aux produits de la mer et de la terre de Boulogne-sur-Mer (France) pour les métiers de la poissonnerie ou la Richemont Craft School de Lucerne (Suisse), pour l'art de la boulangerie et de la pâtisserie.

Quels sont les « chantiers » en cours chez Cactus dans le domaine de la digitalisation ?

Sur ce sujet, il faut distinguer les points de vente et le *back-office*. Pour les points de ventes, on observe partout la tendance à vouloir remplacer le personnel de caisse par des technologies de *scanning*. Ce n'est pas notre philosophie. Nous pensons que conserver un contact humain à la fin du parcours d'achat est important. Les clients nous le disent, il y a un lien qui se crée entre eux et « leur caissière ». En revanche, en ce qui concerne le *back-office*, la digitalisation est très utile pour gérer les flux d'information, sans doubles saisies, depuis la réception des marchandises dans les entrepôts jusqu'à la sortie en caisse. Pour tout ce qui est commande et facturation, aussi bien avec nos fournisseurs que nos clients, la digitalisation apporte énormément. Mais nous gardons à l'esprit que le « tout informatique » crée de la vulnérabilité également. Nous en avons fait les frais en mai 2020, avec une cyberattaque qui nous a contraints à fermer trois de nos magasins pendant plusieurs jours. En conséquence, nous ne poussons pas à l'extrême les « chantiers » de digitalisation. Nous préférons réfléchir à l'amélioration continue de nos processus avec et sans digitalisation. Par exemple, nous améliorons les flux de travail dans les plus petites unités en mettant l'accent sur la multidisciplinarité du personnel.

La crise Covid semble porteuse pour la distribution alimentaire. Quel est votre bilan de l'année écoulée ?

Le bilan est en effet très positif pour nous. Ce n'est pas un secret et cela est général pour la distribution alimentaire dans le monde entier, notamment à cause de la fermeture des restaurants qui a amené les gens à beaucoup plus préparer leur repas à la maison. Le fait que les gens n'ont pas

05. 06. 07. Avec 2 hypermarchés, 13 supermarchés, 9 marchés, 4 hobbis et 33 shoppi, le groupe Cactus compte 61 points de ventes de toute taille pour satisfaire tous les types de clients et leurs envies.



05



06



07

pu partir en vacances comme ils voulaient a joué aussi en notre faveur car le pouvoir d'achat économisé est allé en partie à l'alimentaire mais aussi aux rayons sport, maison et jardin.

Pour nuancer ce bilan positif, je dois quand même dire que certaines de nos activités ont souffert. Dans nos galeries marchandes, nous avons 250 commerçants locaux de cellules commerciales dont certains, comme les voyagistes ou les pressings ont vu leur activité drastiquement touchée. Nous avons très vite décidé d'offrir les loyers durant les mois de confinement strict. Malgré cela, certains locaux ne se relèveront malheureusement pas de la crise et mettront la clé sous la porte. Ce pan d'activité risque donc de connaître quelques difficultés dans un avenir proche. Notre métier de restaurateur/traiteur a aussi été très impacté par les fermetures obligatoires et par la quasi-disparition des événements et rassemblements. Donc, au global, l'année 2020 a été bonne mais cela est dû à la diversification de nos activités, les gains des uns compensant les pertes des autres.

Avec plus de 4.500 salariés, vous figurez dans le top 3 des employeurs privés du pays. Quel genre de responsabilité cela vous donne-t-il ?

Les métiers que l'on exerce chez Cactus sont en général très exigeants et avec de fortes

contraintes horaires liées à l'amplitude d'ouverture des magasins. Les employés méritent donc tout notre respect et notre reconnaissance. Nous avons conscience qu'en employant plus de 4.000 personnes ce sont en fait plus de 4.000 familles qui dépendent de nous pour tout ou partie de leurs revenus. Cette responsabilité nous dicte des choix prudents. On ne cherche pas à étendre notre réseau trop rapidement et on ne démarre pas plusieurs projets risqués au même moment.

Est-ce que la responsabilité sociétale (RSE) fait partie de l'ADN de Cactus depuis toujours ?

C'est en effet une volonté des actionnaires. Quand je suis arrivé en 1984 la RSE existait déjà, même si cela ne s'appelait sans doute pas RSE à l'époque. Elle était organisée autour de trois piliers qu'on retrouve aujourd'hui : le sport, la culture et les engagements sociaux et humains. Nous sommes très sollicités et nous devons donc faire des choix en cohérence avec notre image et nos valeurs. Par exemple, dans le sport, nous n'irons pas vers les sports mécaniques car ce serait en contradiction avec notre engagement pour l'environnement. Nous ne soutenons pas non plus les sports qui ont une image élitiste comme l'équitation ou le golf, car nos magasins s'adressent à tous. Pour être cohérents dans l'ensemble de



08



09



10



11

nos choix nous soutenons des sports plus « démocratiques ».

En 2012, pour structurer nos engagements sociaux et humains, nous avons créé Cactus Charity. Sous cette bannière, nous soutenons 6 associations sur une base régulière (Association Luxembourg Alzheimer, Banque Alimentaire, Croix-Rouge Luxembourg, Fondation Cancer, *Fondatioun Kriibskrank Kan-ner* et UNICEF Luxembourg) par des contributions publicitaires, financières, humaines et organisationnelles. Les clients qui ont la carte de fidélité Cactus peuvent choisir de convertir leurs points en dons pour ces associations. Personnellement l'engagement auprès de l'Unicef me tient particulièrement à cœur. N'ayant pas d'enfants moi-même, cela me touche de pouvoir apporter de l'aide à des enfants, un peu partout dans le monde. C'est donc une cause Cactus mais aussi une cause Schonckert. Je suis d'ailleurs membre du conseil d'administration d'Unicef Luxembourg.

Quels sont les projets de l'entreprise pour les années à venir ?

Nous avons quelques beaux projets dans nos cartons. Le plus ambitieux de tous est la construction du centre commercial de Lallange qui devrait ouvrir ses portes en 2024. Outre le supermarché et la galerie marchande, ce projet comprendra un centre de fitness, une crèche et de nombreux

logements ce qui est une grande première pour nous. Un autre projet verra le jour en 2022/2023 à Roodt-sur-Syre. Il proposera un supermarché et une galerie de 6 à 7 boutiques, à proximité immédiate de l'entreprise Panelux. Nous n'étions pas encore présents dans cette partie du pays, or c'est une région où la population se développe. Nous allons rénover le magasin d'Ingeldorf, sans fermeture et lancer les études pour l'extension des entrepôts de Windhof, rendue nécessaire car nous avons de plus en plus de produits et de plus en plus de magasins. Enfin, nous allons encore ouvrir 4 à 5 shoppi entre 2021 et 2022, dans des stations-services, en franchise. —

08. 09. Le contact humain avec le personnel est très apprécié des clients.

10. Cactus Charity a été créée en 2012 pour soutenir plus particulièrement 6 associations luxembourgeoises. Ici, la remise de trois chèques à Unicef Luxembourg le 26 février 2021, est le fruit de nombreuses actions solidaires menées tout au long de 2020 pour collecter des dons en faveur de l'organisation défendant les droits de l'enfant.

11. Conscient que les abeilles jouent un rôle crucial dans le maintien de la biodiversité et dans la survie des cultures, Cactus collabore avec des apiculteurs luxembourgeois. Ainsi des ruches ont été installées sur différents terrains détenus par l'enseigne. Un total de 32 ruches se trouvent sur les sites Cactus de Bascharage, Redange (photo), Belle Étoile et Windhof.

■ Plus d'informations :

www.cactus.lu

« L'année 2020 a été bonne grâce à la diversification de nos activités, les gains des unes compensant les pertes des autres. »

Meet our Members



— LUXEMBOURG HIGH SECURITY HUB —

En toute sécurité!

TEXTE Corinne Briault

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz
et Luxembourg High Security Hub (Midori)

Implanté stratégiquement au cœur des voies européennes de communication, le Luxembourg High Security Hub, partenariat entre le public et le privé, propose sur près de 25.000 m², des services d'entreposage de biens précieux ou d'objets de valeur.

Opérationnelle depuis sept ans (2014), la zone franche du Findel, appellation officielle de cette parcelle aéroportuaire, a tout d'abord été exploitée sous la marque Freeport. L'ambition des promoteurs de la société était d'apporter une solution luxembourgeoise de stockage, principalement d'objets d'art. Huit showrooms ont ainsi été créés afin de permettre l'exposition privée de certaines œuvres et de proposer des services haut de gamme à une clientèle exigeante. Ce hub logistique répond ainsi à des conditions de conservation et de préservation optimales (hygrométrie, température contrôlée et surtout un niveau exceptionnel de sécurité), d'œuvres d'art et antiquités, de métaux et minéraux rares et précieux, diamants, bijoux, vins fins, livres et manuscrits précieux, de produits pharmaceutiques, de minéraux rares, de données et de produits de luxe, grâce à des normes exigeantes demandées par les investisseurs et les collectionneurs. L'installation a été construite sur mesure en combinant une technologie de pointe et une gamme exhaustive de services spécialisés. Afin de développer et de certifier ces savoir-faire, dès 2017, un grand plan de certification a d'ailleurs été mis en place. L'entreprise est ainsi certifiée ISO9001 *high security storage for valuables*, mais aussi ISO45001, *Safe Zone Platinum* (par l'organisation mondiale des zones franches en application du code de conduite de l'OCDE) et bénéficie d'un taux de sécurité/sûreté établi à 99,85% par un cabinet d'audit américain. Début 2021, la zone franche est devenue le Luxembourg High Security Hub, nom beaucoup plus en phase avec les trois piliers de



01



02



03



04



05



06

01. (De g. dr.) Carole Schmitz, Commercial & Events director Luxembourg High Security Hub ; Philippe Dauvergne, CEO & president of the Board, Luxembourg High Security Hub ; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce et Malik Zeniti, secretary, Cluster for Logistics Luxembourg.

02. 03. 04. 05. 06. Le Luxembourg High Security Hub répond à des conditions de conservation et de préservation optimales : hygrométrie, température contrôlée et surtout un niveau exceptionnel de sécurité grâce à des normes exigeantes demandées par les investisseurs et les collectionneurs.

développement de l'entreprise. Entretien avec Philippe Dauvergne, CEO.

Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

Nous nous concentrons sur la réorganisation de nos offres de stockage suivant nos trois piliers : la conservation de valeurs tangibles (terres rares, minéraux, métaux précieux), l'art et la collection, et surtout le secteur industriel de pointe (notamment les fournitures médicales, les médicaments et concentrés ou encore le stockage stratégique), faisant suite à notre changement de nom. Nous souhaitons apporter un service de très haute qualité pour le stockage protégé de ces matériels sensibles. Sur ce point, nous avons une belle carte à jouer car notre positionnement près de l'aéroport est un énorme plus : il permet de proposer un dispatching rapide des produits préconditionnés et de gagner un temps précieux dans l'expédition de ces produits, si besoin.

Votre plus grande fierté ?

Que le Musée d'Art Contemporain du

Luxembourg, Mudam, connu pour son culte de l'exigence, nous fasse confiance pour le stockage de sa collection. C'est un lieu emblématique du pays et lorsque des acteurs publics, en plus de nos clients privés, nous font confiance, c'est une très grande satisfaction et une belle reconnaissance de notre travail.

La dernière fois que vous avez douté ?

Le doute est inhérent à la vie d'un chef d'entreprise. On doute tous les jours, mais il ne faut pas que les doutes soient un frein, ou entravent l'action. J'avoue tout de même que le dernier gros doute que j'ai eu a été au moment où nous avons changé de nom car nous avons tiré un trait sur le passé et nous nous sommes demandé si les clients allaient nous suivre.

Avoir un esprit d'entrepreneur, c'est quoi pour vous ?

C'est être capable de se remettre en cause, de repenser ses fondamentaux et de ne pas s'enfermer dans une certitude aveugle, sans

pour autant renier son identité. C'est aussi savoir diriger ses équipes avec humilité et savoir leur insuffler la volonté de proposer toujours le meilleur service.

Quel a été l'impact de la crise sanitaire sur votre activité et que pensez-vous que la Chambre de Commerce pourrait faire pour vous soutenir ?

La pandémie a fortement impacté nos activités. Dans le secteur logistique, lorsque les flux et le commerce international sont touchés, cela impacte nos clients et par conséquent, nous aussi. Nous avons donc beaucoup de projets et de travaux de prospection en suspens et cela a des incidences sur le développement de notre activité. La Chambre de Commerce doit continuer sa politique de développement de réseaux d'entreprises et de soutien et de promotion des entreprises locales. Le territoire a des atouts indéniables et les PME doivent être protégées car elles sont cruciales pour l'économie du pays. —

Meet our Members



— MERBAG LUXEMBOURG —

100 ans de passion pour l'automobile

TEXTE Corinne Briault et Merbag Luxembourg

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

Fondée il y a plus d'un siècle, Merbag offre aujourd'hui à ses clients toutes les prestations liées à la marque Mercedes-Benz (vente, maintenance, service 24/24), que ce soit pour les véhicules particuliers, les utilitaires légers, les camions, les bus ou les véhicules spéciaux Unimog.

L'histoire de Merbag débute en 1912 en Suisse lorsque Daimler Motorenengesellschaft inaugure une filiale et un atelier de réparation à Zurich. En 1914, une filiale Benz et des nouveaux locaux voient le jour, toujours à Zurich et deviennent le siège de l'entreprise jusqu'en 1925. Les deux entreprises, encore séparées jusque-là, sont inscrites pour la première fois au Registre du commerce sous le nom de Daimler-Mercedes, Zurich, et Benz Autoverkauf, Zurich en 1922. Les deux plus anciennes fabriques d'automobiles du monde fusionnent ensuite pour créer Daimler-Benz, et les deux succursales de Zurich sont regroupées en 1926 pour devenir Mercedes-Benz Automobiles, Zurich. La société subsiste aux années de guerre grâce à la vente de véhicules d'occasion. En 1948, Mercedes-Benz Automobiles est reprise par une famille suisse, toujours à la tête de l'entreprise aujourd'hui. Jusqu'en 1972, Mercedes-Benz Automobiles importe en exclusivité tous les véhicules de la marque pour le marché suisse. Merbag (contraction de Mercedes-Benz AG) Holding est fondée en 1954. Le groupe entame alors un nouveau développement au travers de différentes reprises de sites de détail de la marque Mercedes-Benz. En 2017, le groupe Merbag tente le pari de l'étranger et acquiert à Milan six ex-sites de Daimler, puis tout le réseau Mercedes-Benz de Daimler, au total cinq sites, au Luxembourg. En 2019, le groupe acquiert sept sites en Autriche. Avec 27 sites en Suisse, six en Italie, cinq au Luxembourg



01



02



03



04



05



06

01. (De. g. dr.) Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce ; Éric Bailleul, CEO Merbag Luxembourg et Hans Mees, coordination apprentissage et coordination atelier mécanique, Merbag Luxembourg.

02. 03. 04. 05. 06. Si son histoire est plus que centenaire, Merbag (contraction de Mercedes-Benz AG) Holding est fondée en 1954. Avec 27 sites en Suisse, six en Italie, cinq au Luxembourg (Diekirch, Esch/Alzette, Roost, Leudelange et Hollerich) et sept dans l'agglomération de Vienne, Merbag emploie aujourd'hui quelque 2.700 collaborateurs, dont 600 au Grand-Duché.

(Diekirch, Esch/Alzette, Roost, Leudelange et Hollerich) et sept dans l'agglomération de Vienne, Merbag emploie aujourd'hui quelque 2.700 collaborateurs, dont 600 au Grand-Duché. Entretien avec Éric Bailleul, CEO Merbag Luxembourg.

Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

Nous avons deux axes majeurs de développement : l'électrification et l'amélioration continue de l'expérience client à travers la digitalisation et la connectivité des véhicules. Cela implique de nombreux changements et d'importants investissements dans les équipes et les infrastructures. Imaginez que plus de 40% de nos voitures vendues ont désormais une propulsion électrique. Nous finalisons ainsi l'installation de 70 points de charge et la construction d'une deuxième baie pour la maintenance de bus électriques.

Votre plus grande fierté ?

Accueillir et former aujourd'hui plus de 70 apprentis à nos divers métiers grâce à nos plus de 40 tuteurs agréés. Une personne est dédiée à 100% au suivi l'apprentissage chez Merbag. Outre une garantie d'emploi en fin de cycle dans les filières mécanique et carrosserie, nous vivons avec l'apprentissage de belles *success stories*.

La dernière fois que vous avez douté ?

Mes doutes sont quotidiens et je pense qu'il est sain de douter tant que cela ne bloque pas l'action. Mais évidemment cette période inédite a posé beaucoup de questions. Il a fallu trouver le juste équilibre entre la gestion de nos activités et le fait de devoir assurer la sécurité de nos équipes.

Avoir un esprit d'entrepreneur, c'est quoi pour vous ?

C'est savoir saisir des opportunités, même

dans les moments difficiles. C'est également accepter de prendre des risques calculés, pour aller de l'avant.

Quel a été l'impact de la crise sanitaire sur votre activité et que pensez-vous que la Chambre de Commerce pourrait faire pour vous soutenir ?

L'impact de la crise a pu être limité, mais nous dépendons de nos clients. S'ils sont touchés, nous le sommes également. Il y a bien sûr eu une baisse conjoncturelle mais la crise Covid a resserré les liens et le sentiment d'appartenance et de confiance dans l'entreprise. Au niveau structurel, nous sommes convaincus que la mobilité individuelle, l'électrification et la demande de véhicules professionnels ont beaucoup d'avenir. Nous sommes donc confiants. La visite de la direction de la Chambre de Commerce a été une occasion appréciée de faire le point sur les challenges spécifiques de notre secteur. —

Meet our People



« Mon métier me permet de travailler sur des missions polyvalentes avec toujours l'humain au cœur de mes activités »

Aurélie Gabriel

Aurélie est arrivée à la Chambre de Commerce en octobre 2019. Elle occupe actuellement le poste de Junior HR Advisor.

Un mot pour vous définir ?
Empathique.

D'où venez-vous ?
Je suis née au Luxembourg mais j'ai grandi en Belgique, à quelques kilomètres de la frontière luxembourgeoise.

Ce qui vous a le plus marquée durant l'année écoulée ?

Cette année m'a particulièrement marquée dans le sens où j'ai pu apprendre à ralentir et à me reconcentrer sur l'essentiel.

Votre meilleur souvenir professionnel ?

Après mon stage, la Chambre de Commerce m'a proposé un contrat. Cela a été pour moi une grande fierté.



Un mot pour vous définir ?
Goût du challenge.

D'où venez-vous ?
J'ai grandi à Oetrange mais depuis quelques années j'habite à Dalheim, où se trouve un site gallo-romain unique au Luxembourg.

Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?

L'aboutissement de la saga Brexit ainsi que cette période néfaste liée au Covid.

Votre meilleur souvenir professionnel ?

En 2016, j'ai participé à l'organisation de la mission économique en Chine. Grand succès et également premier contact avec les Affaires Internationales de la Chambre de

Commerce, dont certains collaborateurs sont devenus mes nouveaux collègues de travail.

Pourquoi faites-vous ce métier ?

Outre la fierté de pouvoir représenter le Grand-Duché à l'étranger, il s'agit pour moi d'une occasion unique de pouvoir construire quelque chose de nouveau.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?

Il faut faire vite ce qui ne presse pas, pour pouvoir faire lentement ce qui presse.

Votre dernière recherche sur internet ?

La recherche d'un bien à louer dans la jungle du marché immobilier londonien.



Christophe Brighi

Christophe est arrivé à la Chambre de Commerce en novembre 2020 au poste d'Attaché économique et Commercial à l'Ambassade du Luxembourg à Londres.

« Représenter le Grand-Duché de Luxembourg à l'étranger est une grande fierté »

Edith Stein

Edith est arrivée à la Chambre de Commerce en 1993. Elle occupe actuellement le poste de Senior International Affairs Advisor Middle East Europe (South-East).



« J'adore le contact humain et jouer le rôle de facilitateur en affaires »

Un mot pour vous définir ?
Optimiste.

D'où venez-vous ?

J'ai grandi au Luxembourg. Après mes études en Belgique, j'ai travaillé à la Commission européenne avant de rejoindre la Chambre de Commerce.

Ce qui vous a le plus marquée durant l'année écoulée ?

La pandémie qui a bouleversé notre mode de vie, nos relations personnelles et le travail à l'international avec le changement du « live » au digital.

Votre meilleur souvenir professionnel ?

Ma première visite d'État. Toute jeune, j'étais impressionnée par le professionnalisme et la

bienveillance du Grand-Duc et des ministres. C'était aussi une occasion unique pour renforcer les liens avec les entreprises.

Pourquoi faites-vous ce métier ?

J'adore le contact humain et jouer le rôle de facilitateur en affaires. Le travail est très varié, enrichissant, tant au niveau économique, que culturel et permet de découvrir le monde.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?

Rester authentique.

Votre dernière recherche sur internet ?

RTL.lu pour suivre l'évolution de la pandémie.

MERKUR

Le magazine d'information économique
de la Chambre de Commerce.



CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

MERKUR, c'est le média exclusif pour toucher les chefs et les cadres des entreprises affiliées.

Distribué tous les deux mois à plus de 37.000 entreprises locales et abonnés dans le monde, le magazine est publié en français et en anglais et couvre l'actualité locale des entreprises de tous les secteurs de l'économie.

Réservez dès maintenant votre annonce, informations sur www.regie.lu

Pour tout renseignement complémentaire,
n'hésitez pas à nous contacter:

Tél.: (+352) 4993 9000 / Fax: (+352) 4993 9092
info@regie.lu / regie.lu

regie.lu

116

Merkur — MAI • JUIN 2021

Luxembourg Rising

— RESTAURANT LAKESIDE —

Un joyau en bord de lac

PHOTOS Steve Troes



Grâce à une collaboration avec l'Ordre des Architectes et Ingénieurs-Conseils (OAI), Merkur se penche désormais à chaque édition, sur un projet remarquable, visionnaire ou emblématique réalisé sur le territoire luxembourgeois. Le but étant de présenter toute la vitalité du secteur de l'immobilier du pays et de mettre en lumière la qualité des conceptions et du bâti au Luxembourg. Dans ce numéro, gros plan sur le restaurant Lakeside à Echternach, l'un des lauréats du Bauhärepräis OAI 2020.



Le restaurant Lakeside est un nouveau lieu emblématique de la ville d'Echternach. Situé en pleine nature au bord du lac, Lakeside arbore une architecture contemporaine solidement reliée à son contexte naturel. Cette construction simple et élégante est appelée à devenir un lieu de rencontre, tout en s'insérant de manière harmonieuse dans le milieu environnant.

Divisée en deux parties distinctes, le bâtiment vient se fondre avec le terrain et le transforme en sculpture paysagère. La première partie se caractérise par un escalier monumental. Tout en permettant de relier les berges du lac au haut de la zone de loisirs, celui-ci peut être utilisé comme gradin pour faire une halte et admirer la vue ou comme amphithéâtre. La seconde partie est le restaurant à proprement parler. Surplombé d'une généreuse toiture élançée vers le lac, le restaurant se caractérise par ses hautes baies vitrées. L'espace est véritablement découpé entre le sol et ce toit qui déborde, imposant de ce fait une limite supérieure : il fait du paysage une vue élargie à la dimension panoramique. De plus, cette toiture est accessible via l'escalier.

Concrétisant l'architecture du nouveau bâtiment, ce belvédère offre une position dominante aux visiteurs : ils peuvent ainsi admirer le champ de vue qui s'étend au loin. Afin de respecter l'identité du lieu, la construction joue avec les contrastes des matériaux bruts et des matériaux naturels : bois, pierre naturelle, verre, béton vu et métal brut. Entretien avec Marc Wagener, maître d'ouvrage.

Comment s'est passée votre collaboration avec l'équipe des concepteurs ?

Le bureau d'architecture Metaform a passé beaucoup de temps sur la réalisation de l'avant-projet, ce qui nous a aidés à gagner du temps dans la conception des détails et

lors de la phase du chantier. Cette bonne collaboration avec les concepteurs nous a permis de réaliser un très beau projet dans un délai assez serré. Les deux parties ont travaillé très respectueusement ensemble.

Qu'avez-vous appris durant la conception et la réalisation de votre projet ?

Un planning très serré est seulement réalisable si les architectes, les bureaux d'études, les différents corps de métiers et le maître d'ouvrage travaillent main dans la main et se font naturellement confiance.

Avez-vous des conseils à donner à de futurs maîtres d'ouvrage ?

Prenez le temps de chercher un architecte/concepteur qui est sur la même longueur d'onde que vous et surtout, écoutez ses conseils. —

Projet : Bâtiment à vocation commerciale/artisanale/industrielle

Localité :
Echternach

Maître d'ouvrage :
Marc Wagener

Architecte(s) :
Metaform architects

Ingénieur(s) conseil(s) :
Au carré

Commentaire du jury du Bauhärepräis OAI 2020 : le nouveau joyau au bord du lac d'Echternach, dédié à la gastronomie avec une architecture soignée se fond dans la nature.

Plus d'informations : www.bhp.lu



BAUHÄREPRÄIS OAI 2020

In the Spotlight



02



03



06



07

— LUX FILM FEST 2021 —

Une édition particulière, mais couronnée de succès !

PHOTOS Lynn Theisen, Sophie Margue, Olivier Vigerie, Romain Girtgen

Organisée la première quinzaine du mois de mars dernier, la 11^e édition du Luxembourg City Film Festival a proposé une formule «hybride», combinant projections en salles et diffusions en ligne. Le LuxFilmFest a ainsi attiré 4.500 personnes en salles et a enregistré près de 20.000 visionnages en ligne. Premier événement à fermer en 2020 il fut le premier festival en Europe à avoir la possibilité de recevoir du public en salle en 2021.



01



04



05

01. Ouverture officielle du 11^e Luxembourg City Film Festival le 4 mars 2021 à Kinepolis Kirchberg (devant : Georges Santer, président de l'a.s.b.l. Luxembourg City Film Festival). (© Lynn Theisen)

02. Projection de *Gunda* de Victor Kossakovsky à neimënster le 5 mars 2021. (© Lynn Theisen)

03. Avant-première du documentaire *Les témoins vivants (The Living Witnesses)* de Karolina Markiewicz et Pascal Piron (Paul Thiltges Distributions) le 9 mars 2021 à Kinepolis Kirchberg. (De g. à dr.) Gauthier Destenay, Xavier Bettel, Karolina Markiewicz et Pascal Piron. (© Lynn Theisen)

04. Le Pavillon Réalité Virtuelle organisé par le Film Fund Luxembourg en collaboration avec neimënster, PHI Montréal et avec le soutien de Digital Luxembourg dans le cadre de la 11^e édition du Luxembourg City Film Festival. L'initiative est prolongée jusqu'au 30 mai 2021 à neimënster. (© Sophie Margue)

05. S.A.R. le Grand-Duc Henri assiste à l'avant-première du documentaire *Les témoins vivants (The Living Witnesses)* de Karolina Markiewicz et Pascal Piron (Paul Thiltges Distributions) le 9 mars 2021 à Kinepolis Kirchberg. (© Lynn Theisen)



08



09

06. Le Jury International du 11^e Luxembourg City Film Festival 2021. (De g. à dr.) Christina Schaffer, Finnegan Oldfield, Sandrine Bonnaire, Lolita Chammah, Mounia Meddour, Marie-Ange Luciani – absent : Gilles Marchand (© Olivier Vigerie)

07. Sam Tanson, ministre de la Culture, au vernissage de l'exposition *Ready.Set.Design. – Le décor de cinéma au Luxembourg* organisée par le Cercle Cité en collaboration avec le Centre national de l'audiovisuel (CNA) et avec le soutien du Luxembourg City Film Festival. (© CNA, Romain Girtgen)

08. Le réalisateur et ancien membre de la troupe des Monty Python, Terry Gilliam, accepte le *Lifetime Achievement Award* du 11^e Luxembourg City Film Festival lors de la Cérémonie de remise de prix le 13 mars 2021 à Kinepolis Kirchberg. 13.03. (© Lynn Theisen)

09. Le réalisateur, scénariste et producteur franco-grec Costa-Gavras avec son prix hommage qui n'a pas pu lui être remis lors de la 10^e édition du LuxFilmFest l'année passée. (© Olivier Vigerie)

— ESCH2022 - CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE —

Remise symbolique des clés à Belval

Le 26 février dernier a eu lieu la remise symbolique des clés et la visite du bâtiment administratif réalisé pour l'asbl Esch2022 - Capitale européenne de la Culture, dans le cadre de la préparation et de l'organisation de l'année culturelle en 2022. L'évènement s'est déroulé en présence du ministre de la Mobilité et des Travaux publics, François Bausch et de la ministre de la Culture, Sam Tanson. Le bâtiment administratif, dont la maîtrise d'ouvrage a été assurée par le Fonds Belval, accueillera la direction et le personnel de l'asbl Esch2022, des bureaux pour 36 personnes, hors salles de réunion, sur une surface totale exploitable d'environ 660m² brut.

Il sera le centre administratif, logistique et médiatique d'Esch2022 et sera également ouvert à de petites conférences et des expositions temporaires dans les espaces du rez-de-chaussée qui seront occasionnellement accessibles au public.

PHOTOS Fonds Belval



01



02

02. (De g. à dr.) Sam Tanson, ministre de la Culture, Nancy Braun, directeur général Esch2022, François Bausch, ministre de la Mobilité et des Travaux publics, Luc Dhamen, directeur du Fonds Belval.



06



05



03



04

01. 03. 04. Situé à l'angle de l'avenue des Hauts Fourneaux et de l'avenue des Siderurgistes, à proximité immédiate de la Terrasse des Hauts Fourneaux, près de la Gare de Belval-Université, face au pavillon Skip jaune vif, qui sera également utilisé par Esch2022 lors de l'année culturelle, le bâtiment administratif facilement repérable par son élanement vertical, sa couleur rouge vif et ses fenêtres en forme de hublots, se veut être un signal fort dans le cadre de l'évènement culturel en 2022. Il est essentiellement composé de modules en acier préfabriqués en usine, tous identiques, aux dimensions de 3 x 6 mètres. Il est structuré en trois entités distinctes. Un noyau de distribution verticale à l'air libre délimité par une fine maille métallique. Il comprend un escalier à simple volée et un ascenseur. La structure métallique, ainsi que les gaines techniques laissées apparentes, font volontairement écho au langage industriel du site.

05. 06. Le bâtiment administratif s'inscrit dans une logique d'économie circulaire et de durabilité. Les modules, montés en l'espace de seulement une semaine, sont adaptables, démontables et réassemblables et permettront au bâtiment une réutilisation après l'année culturelle, obéissant ainsi au concept de circularité *cradle to cradle* (C2C). Les matériaux sont respectueux de l'environnement et utilisent les énergies naturelles avec l'installation de 108 panneaux photovoltaïques posés à la fois sur la toiture et en façade.

— ART CUBE —

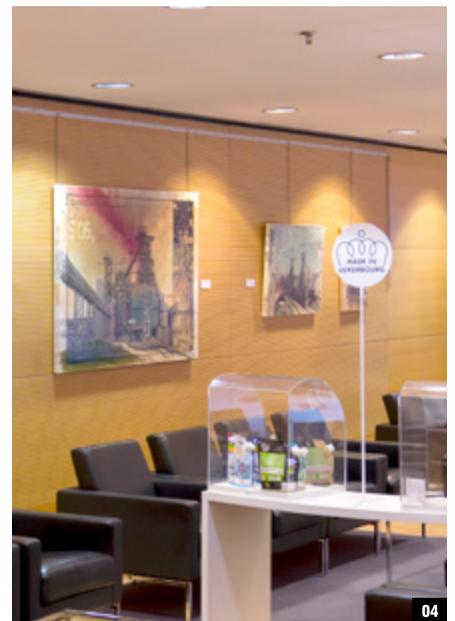
Robert Viola « Rétrospective 1995 - 2015 »

Pour sa nouvelle exposition, l'espace Art Cube situé au sein du centre de conférences de la Chambre de Commerce, accueille la galerie Schortgen qui présente l'artiste Robert Viola. Associée à l'a.s.b.l. art contemporain.lu, afin d'offrir aux galeries luxembourgeoises une nouvelle fenêtre de promotion pour leurs artistes grâce au mécénat de l'institution, la Chambre de Commerce met tous les trimestres, par le biais du projet Art Cube, une galerie à l'honneur et permet à un(e) artiste luxembourgeois(e) de présenter une exposition individuelle.

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize



01. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce (à g.) et l'artiste Robert Viola.



02 03. 04. 05. 06. Né en 1966 à Villerupt, Robert Viola ouvre dans son univers de nouvelles perspectives sur la mondialisation, le progrès technologique ou écologique et dresse, par le biais de ses œuvres, un état des lieux de la société contemporaine. Ces dernières présentent des plateformes pétrolières érigées comme des cathédrales en plein océan, des tankers, des monstrueux géants des mers aux entrailles gonflées d'or noir, des porte-containers comme symbole d'une outrancière économie globalisée, des ponts transbordeurs et des grues dressant fièrement leur flèche tel un salut à la surconsommation et enfin, des forêts funestement outragées et sacrifiées pour le profit et le confort du genre humain.

Blast from the Past!



— CSR —

Trailblazing a brighter future for all



More info:

Original text available in the Merkur online archive:

➔ www.cc.lu/en/merkur/archive/

Useful links:

➔ <https://indr.lu/obtenir-le-label-esr/>

➔ <https://www.superdreckskescht.com/index.php/en/>

➔ <https://visionzero.lu/en/label-sgs/>

Ten years ago, the Merkur cover story shone a spotlight on Corporate Social Responsibility (CSR) in the Grand Duchy, in particular the concrete steps companies were taking to align their activities with CSR.

Three key components of CSR: social, governance, and the environment, were highlighted, as well as three of the pillars of CSR in the country at that time: the INDR institute for CSR (*Institut national pour le développement durable et la RSE*), founded in 2007, and their label for entities meeting their social, economic and environmental criteria; the *SuperDrecksKëscht fir Betriber* initiative, launched in 1992 to help businesses tackle ecological waste management; and the *Association Assurance Accident (AAA)*, Luxembourg's public accident insurance responsible for the prevention and compensation of occupational accidents and illnesses, which also has an occupational health and safety label for small and medium-sized enterprises (SMEs) called the *Sécher & Gesond mat System*.

The *SuperDrecksKëscht* affiliate statistics as of January 2011 showed industry tied with

laboratories for the lowest amount of membership at 2%. Banks and insurance were at 5% and retail was at 10%. Skilled trades and crafts had the highest amount of membership at 30%.

A leader in their sector at that time, BGL BNP Paribas earned their INDR label in 2011, following five years of a strict recycling policy, thanks to affiliation with the *SuperDrecksKëscht fir Betriber* initiative.

Equally a sector leader, No-Nail Boxes, a supplier of collapsible and reusable plywood boxes in the industry sector, earned their INDR label in 2011. At the time, they were committed to training 10% of their employees in first aid to help save lives in both professional and personal life situations. For accident prevention and to reduce fuel consumption, they also encouraged employees to use the bus instead of private cars, which led to the installation of a bus stop near their premises. What better way to demonstrate just how impactful one trailblazing company's decisions can be on their entire community – in the best way possible. —

LUXEMBOURG TIMES | Magazine

Le magazine business des anglophones.



LUXEMBOURG NEWS FOR THE WORLD.
WORLD NEWS FOR LUXEMBOURG.

LUXEMBOURG TIMES Mag', c'est le magazine premium pour toucher les anglophones du pays, principalement issus du top management.

Distribué à 10.000 exemplaires, le magazine complète l'offre d'information du site luxtimes.lu et de sa newsletter biquotidienne. Il est à ce titre le média adéquat pour valoriser votre communication au cœur de contenus orientés économie, politique et business lus par de nombreux expats et décideurs anglophones.

Luxembourg Times web et magazine, la marque de référence des anglophones

Réservez dès maintenant votre annonce, informations sur www.regie.lu

Pour tout renseignement complémentaire, n'hésitez pas à nous contacter:

Tél.: (+352) 4993 9000 / Fax: (+352) 4993 9092
info@regie.lu / regie.lu

regie.lu

Coming up soon

Calendrier des manifestations

PLUSIEURS DATES EN 2021
Online

Online workshop : le parcours du créateur d'entreprise : cadre réglementaire et étapes à suivre



Vous lancez un nouveau business ou reprenez une entreprise existante au Luxembourg? Laissez-vous guider par les conseillers de la House of Entrepreneurship qui vous informeront sur l'écosystème, le cadre réglementaire et les démarches à suivre. Plusieurs dates de workshop en français et en anglais.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda

20

MAI 2021
Online

Online workshop : mise en place du RGPD en 10 étapes



Le règlement général sur la protection des données est une obligation réglementaire complexe, mais quelle que soit la taille de votre société, vous n'y échapperez pas! Au programme de ce workshop, 10 étapes qui vous permettront de démarrer la mise en conformité de votre société.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda
[support\(at\)houseofentrepreneurship.lu](mailto:support(at)houseofentrepreneurship.lu)

26

MAI 2021
Online

Online workshop : e-commerce



Le passage à la vente en ligne devient désormais incontournable si une entreprise veut rester concurrentielle. Mais face à la reconfiguration du commerce, dictée notamment par les consommateurs, beaucoup d'entrepreneurs s'interrogent sur les perspectives de croissance dans les prochaines années. 2 workshops sur l'e-commerce.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda
[digital\(at\)houseofentrepreneurship.lu](mailto:digital(at)houseofentrepreneurship.lu)

27

MAI 2021
Online

Online workshop : comment se construire et développer un réseau en période de crise



La crise a fait évoluer les comportements et les modes de communication entre les personnes. L'objectif de ce webinaire est de vous aider à comprendre ces changements et les adopter pour entretenir votre réseau.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda
[support\(at\)houseofentrepreneurship.lu](mailto:support(at)houseofentrepreneurship.lu)

02

21
JUN 2021
Online

Online formation : reprendre une entreprise – application pratique



La House of Entrepreneurship et la House of Training vous proposent un cycle de formations en 4 soirées pour aller plus loin dans la reprise d'une entreprise. Ce cycle couvrira plus les aspects pratiques de la reprise à travers des mises en situation pragmatiques dans lesquelles les participants pourront évoluer.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda

02

JUN 2021
Online

Online workshop : EPR/CRM : en quoi est-ce important et comment le choisir?



Atelier pour comprendre l'importance et l'impact d'un CRM ou ERP dans son organisation, quelle que soit la taille. Nous verrons aussi quels ERP ou CRM utiliser selon vos besoins.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda
[digital\(at\)houseofentrepreneurship.lu](mailto:digital(at)houseofentrepreneurship.lu)

16

Pavillon digital organisé lors du salon Vivatech

19

JUN 2021
Online



La Chambre de Commerce du Luxembourg, le ministère de l'Économie et Luxinnovation annoncent la présence du Luxembourg avec un pavillon national digital lors de la prochaine édition du salon Vivatech. La mise en place du pavillon digital permettra aux startups luxembourgeoises sélectionnées de dévoiler leurs idées novatrices et de présenter en avant-première leurs nouveaux produits, solutions et technologies, grâce à une fiche-exposant virtuelle.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda
Mme Annelore Domingos /
M. Luca Mancuso - [vivatech\(at\)cc.lu](mailto:vivatech(at)cc.lu);
tél. : +352 42 39 39 – 378 / 360

25

JUN 2021
Online

Online workshop : mybusinessplan : les étapes clés pour rédiger un business plan



La rédaction d'un business plan peut paraître fastidieuse, mais si vous croyez en votre projet, rien ne pourra vous décourager! La House of Entrepreneurship vous donne quelques repères pour bien démarrer.

Infos : www.cc.lu rubrique Agenda



ENTREPRENEURIAT & GESTION D'ENTREPRISE

Entrepreneuriat	Starter Toolbox - De l'idée à la création de son entreprise	01.06.2021		FR	54h
	Reprendre une entreprise - Application pratique	02.06.2021		FR	16h

ORGANISATION INTERNE DE L'ENTREPRISE

Gestion de projet	Project Management - Fundamentals	30.06.2021		EN	21h
-------------------	--	-------------------	--	-----------	-----

RESSOURCES HUMAINES

Gestion des rémunérations	Lohn- und Gehaltsabrechnung - Grundlagen	03.06.2021		DE	14h
Qualité de vie au travail	Pourquoi et comment initier une démarche de qualité de vie au travail?	09.06.2021		FR	4h
Gestion de la formation	Recueil et analyse des besoins en formation - Mieux construire son plan de formation	22.06.2021		FR	7h

COMPTABILITÉ

Techniques comptables	Consolidation des comptes	31.05.2021		FR	14h
	General Accounting - Fundamentals	03.06.2021		EN	30h
	Préparer les opérations d'inventaire et la clôture de l'exercice comptable	08.06.2021		FR	14h

DROIT

Droit des sociétés	Droit des sociétés - Fondamentaux	01.06.2021		FR	27h
Droit du travail	Labour law - Fundamentals	03.06.2021		EN	23h
Droit des affaires	Recouvrement de créances pour PME	08.06.2021		FR	4h

INFORMATIQUE

Logiciels bureautique et outils numériques	Excel 2013, 2016, Office 365 - Fondamentaux	01.06.2021		FR	14h
	Adobe Photoshop - Fondamentaux	10.06.2021		FR	14h
	Excel VBA (Visual Basic) - Fondamentaux	24.06.2021		FR	14h

MARKETING & COMMUNICATION

Stratégies Marketing	L'essentiel du marketing stratégique et opérationnel	14.06.2021		FR	8h
Communication digitale	Community Management - Positionner, animer et développer des communautés sur le web (HEC Liège)	14.06.2021		FR	21h
Marketing digital	Digital Marketing - Expert	28.06.2021		FR	10h

COMMERCE

Commercial - Vente	Fondamentaux de la vente - Formation intensive	31.05.2021		FR	28h
	Mettre en place un plan de rémunération des commerciaux	04.06.2021		FR	4h
	Manager une force de vente - Analyses, stratégies et pratiques du terrain	07.06.2021		FR	16h

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Leadership et Management	Leadership et management de proximité	14.06.2021		FR	89h
Connaissance de soi	Développer son estime et sa confiance en soi	14.06.2021		FR	7h
Relations de travail	Développer la cohésion d'équipe et le travail collaboratif	28.06.2021		FR	14h

Index

A,B,C

ABBL **_80**
 ACA **_80**
 Adanlete Foli **_86**
 ADS-TEC **_08**
 Adwire **_22**
 Aero41 **_09**
 Agence pour le développement de l'emploi (ADEM) **_31, 42**
 Agence spatiale européenne (ESA) **_08, 30, 84**
 Alibaba **_86**
 Allia Insurance Brokers **_27**
 Alliance for Water Stewardship **_44**
 Amazon **_73**
 ANAMA **_86**
 André Elise **_42**
 Anheuser-Busch InBev **_44**
 Annan Kofi **_44**
 Apple **_86**
 Aramark Luxembourg **_09**
 ArcelorMittal **_26**
 Arnoux Louis **_06**
 Art Contemporain asbl **_36**
 Association Assurance Accident (AAA) **_122**
 Association Luxembourg Alzheimer **_104**
 Association of Space Explorers **_30**
 AstraZeneca **_66**
 Atert-Lycée Redange **_34**
 Au carré **_116**
 Auchan Retail Luxembourg **_34**
 Aymer Fanny **_07**
 B612 Foundation **_30**
 Bailleul Eric **_112**
 Banking Circle **_14, 24**
 Banque Alimentaire Luxembourg **_104**
 Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) **_86**
 Banque européenne d'investissement (BEI) **_92**
 Banque Internationale à Luxembourg (BIL) **_27, 92**
 Banque Raiffeisen **_18**
 Batipart **_86**
 Bausch François **_44**
 Becker Julie **_44**
 Bellion Tom **_31**
 BGL BNP Paribas **_92, 122**
 Bowen Howard **_44**
 Brasserie Nationale **_10**
 Broadcasting Center Europe (BCE) **_30**
 Business Partnership Facility (BPF) **_86**
 Bâloise Luxembourg **_27**
 Cactus **_10, 22, 104**
 Capitale européenne de la culture 2022 asbl **_43**
 Cargolux **_22**
 Centre Commercial Belle Étoile **_104**
 Centre de formation aux produits de la mer et de la terre (Boulogne-sur-Mer, France) **_104**
 Centre des technologies de l'information de l'Etat (CTIE) **_31, 42, 64**
 Ceratizit Group **_27**
 CFDP **_27**
 Chambre de Commerce **_30, 32, 36, 40, 43, 58, 62, 64, 66, 80, 86, 110, 112**
 Chambre des Métiers **_80, 122**
 Chef Adrien **_42**
 ChemChain **_49**
 Choral and Company **_07**
 Château d'Urspelt **_22**

Cloud Factory **_06**
 Cluster for Logistics **_110**
 Comité européen de la Protection des Données **_73**
 Commissariat aux Assurances **_80**
 Commission européenne **_58, 66, 68, 73**
 Commission luxembourgeoise des litiges de voyages (CLLV) **_43**
 Commission mondiale sur l'économie et le climat **_92**
 Commission nationale pour la protection des données (CNPD) **_73**
 Confédération luxembourgeoise du commerce (CLC) **_32, 80**
 Conseil Supérieur pour un Développement Durable **_44, 62**
 Convis **_10**
 Cordier François-Xavier **_92**
 Cosmolux International **_12**
 Cosmolux Logistics **_12**
 Cour de justice de l'Union européenne **_73**
 Cour d'appel de Luxembourg **_72**
 Createam **_104**
 Creos **_20**
 Croix-Rouge Luxembourg **_104**
 Cropmark **_32**
 CSSF **_43**
 Culture.lu **_32**
 Curver **_44**
 Cybersource **_27**

D,E
F,G

Da Vinci asbl **_36**
 Daimler-Mercedes **_112**
 Dauvergne Philippe **_110**
 Delcourt Maurice **_06**
 Delles Lex **_32, 43**
 Delors Jacques **_44**
 Desrousseaux Domitille **_07**
 Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft **_10**
 Dieschbourg Carole **_44**
 Domaine L&R Kox **_09**
 Domaines Vinsmoselle **_14**
 Dow Chemicals **_49**
 Dupont de Nemours **_44**
 Ebos Luxembourg **_98**
 Éditions PHI **_31**
 Escher Bamhaiser **_31**
 Espera Productions **_42**
 Euro-Composites **_30**
 European Central Bank **_74**
 Exxon **_44**
 Facebook **_32**
 Fact **_14**
 Fayoï Franz **_08, 09, 12, 38, 40, 43, 68**
 FEDIL **_80**
 Fellens Claude **_43**
 Fondation Cancer **_10, 22, 104**
 Fondation de Luxembourg **_38**
 Fondation Ellen MacArthur **_62**
 Fondation Enovos **_38**
 Fondation Hëllef fir d'Natur **_18**
 Fondatioun Kriibskrank Kanner **_104**
 Fonds de recherche du Québec (FRQ) **_38**
 Fonds Kirchberg **_42**
 Fonds national de la recherche (FNR) **_38, 68**
 Freeport **_110**
 Friendship Luxembourg **_18**
 Fédération des Artisans **_80**

Fédération luxembourgeoise des pêcheurs sportifs, (FLPS) **_44**
 G-Core labs **_26**
 gener8tor **_36**
 Global Footprint Network **_62**
 Global Reporting Initiative (GRI) **_44**
 Goodyear Luxembourg **_18**
 Google **_86**
 Gramegna Pierre **_86**
 Grosbusch **_44**
 Groupe Foyer **_10, 80**
 Groupe Oikopolis **_18**
 Gurnitzky Claude **_86**

H,I,J

Hagendoorn Marcel **_31**
 Hallam Roger **_74**
 Handieu **_84**
 Hansen Patrick **_14**
 Harvard **_86**
 Haut Comité de la place financière (HCPF) **_80**
 HLD Europe **_20**
 HORESCA **_80**
 House of Entrepreneurship **_43**
 House of Training **_80**
 HSBC **_86**
 Hunneg Këscht **_16**
 Iggliotti Elodie **_31**
 Ikenaga Hisae **_36**
 ILNAS **_40**
 ILR **_43**
 Immotop.lu **_22**
 Impact Shakers **_12**
 IMS (Inspiring More Sustainability) **_29, 40, 44, 46, 53, 54**
 ING **_07, 46**
 Instagram **_32**
 Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment (IFSB) **_92**
 Institut national pour le développement durable et la RSE (INDR) **_54, 80, 98, 122**
 Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust (SnT) **_09, 30, 38**
 Interessengemeinschaft Vermarktung Lëtzeburger Biofleesch (IVLB) **_10**
 International Can **_12**
 International Labour Office (ILO) **_44**
 International Organization for Standardization (ISO) **_44**
 Jans Groupe **_50**
 Jonk Entrepreneuren Luxembourg asbl **_42**
 Jumpstarter **_86**
 Juncker Jean-Claude **_66**

K,L
M,N

Kanner Wonsch Luxembourg **_31**
 Kinnevik **_98**
 Kirepo **_20**
 Kleos **_24**
 Klöckner Julia **_74**
 Koa **_06**
 Koosmik **_86**
 KoosmikShop **_86**
 Krieps Robert **_44**
 Kroll Nicolas **_24**
 Lauer Marc **_80**

Lawson Cina **_86**
 Ledger Enterprise Solutions **_24**
 Leesch Max **_104**
 Leesch Paul **_104**
 LEKO Labs **_92**
 Letzshop **_32**
 LHoFT Foundation **_29**
 Loesch Anne-Marie **_44**
 Luxaviation Group **_14, 24**
 LuxDev **_86**
 Luxembourg Business Angel Network (LBAN) **_28**
 Luxembourg Centre for Systems Biomedicine **_30**
 Luxembourg City Tourist Office (LCTO) **_31**
 Luxembourg for Finance **_44**
 Luxembourg for Shopping GIE **_32**
 Luxembourg Future Fund **_08**
 Luxembourg Green Exchange (LGX) **_44**
 Luxembourg House of Financial Technology (LHoFT) **_36, 86**
 Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) **_30, 54**
 Luxembourg Space Agency (LSA) **_08, 30, 84**
 Luxembourg Sustainable Finance Initiative (LSFI) **_44, 68**
 Luxembourg Wood Cluster **_92**
 Luxinnovation **_36, 38, 68**
 Luxsense **_09**
 Lycée technique agricole **_34**
 Lycée technique de Bonnevoie **_34**
 Lycée technique de Lallange **_34**
 Lyonnet Vincent **_86**
 MacArthur Ellen **_62**
 Marecka Aga **_84**
 Margue Nico **_31**
 Markiewicz Filip **_36**
 Mars **_44**
 MAXIM **_12**
 Mees Hans **_112**
 Meneghetti Filippo **_42**
 Merbag **_112**
 Mercedes-Benz **_112**
 Merkel Angela **_74**
 mesh.lu **_32**
 Metaform architects **_09, 116**
 Meyer Luc **_07**
 Micillo Francesco **_06**
 Microsoft **_14, 73**
 Ministère de l'Environnement, du Climat et du Développement durable **_44, 122**
 Ministère de la Culture **_32, 36**
 Ministère de la Digitalisation **_64**
 Ministère de l'Économie **_08, 29, 36, 38, 86**
 Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse **_34**
 Ministère des Affaires étrangères et européennes **_29, 80, 86**
 Ministère des Classes moyennes **_34, 43**
 MIT **_86**
 Mittal Aditya **_26**
 Montador Yann-Gaél **_78**
 Moyocci **_07**
 Mulroney Brian **_44**
 Muséal **_14**
 MyBiotech **_30**
 Médiateur en assurances **_43**
 Mégo **_52**
 Nations Unies (ONU) **_36, 53, 62, 80**
 natur&emwelt **_18**
 Nelles David **_74**

Neobuild Innovation Living Lab **_92**
 No-Nail Boxes **_122**
 Noosphere Brand Strategy **_07**
 NUXE Spa **_22**

O, P
 Q, R

Oberweis **_06**
 Oberweis Jeff **_06**
 OCDE **_110**
 Office de La Propriété Intellectuelle **_38**
 Office européen des brevets **_38**
 OHB Systems **_30**
 ONOMO **_86**
 Opkorn **_10**
 Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils (OAI) **_36, 116**
 Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) **_44**
 OUNI **_16**
 Oxford economics **_70**
 P&G **_49**
 Panelux **_104**
 Parc Merveilleux **_12**
 Parlement européen **_68**
 Paul Thiltges Distributions **_42**
 Paul Wurth **_30**
 Payconiq International **_20, 24**
 Paypal **_26**
 Peter-Hansen Kira Marie **_66**
 Peters Stephan **_28**
 Philophon **_42**
 Photonis **_20**
 Photothèque de la Ville de Luxembourg **_31**
 Pilchen Gregory **_98**
 Planet **_27**
 Plansee Group **_27**
 PlasticRoad **_46**
 Poll-Fabaire **_14**
 POST **_09**
 PPRO **_24**
 PROFIL **_80**
 ProRSE **_80**
 Protection UNIT **_14**
 Prunariu Dumitru-Dorin **_30**
 Radio 100.7 **_32**
 Radio Ara **_32**
 R carré **_20**
 Restaurant Lakeside **_116**
 Richemont Craft School (Lucerne, Suisse) **_104**
 Rotarex Group **_78**
 Rotunno Donato **_42**
 Ruggieri Charles **_86**

S, T, U

Safenetpay **_24**
 Salaisons Meyer **_07**
 Sales-Lentz **_08**
 Salesforce **_07**
 Salsa Jeans **_10**
 Schaapveld Han-Maurits **_44**
 Schmitz Carole **_110**
 Schonckert Laurent **_104**
 Sciences Po **_86**
 Scorechain **_26**

SECO **_27**
 Serrer Christian **_74**
 SES **_30**
 SES Techcom **_36**
 Shime **_46**
 Shreiber Anian **_06**
 Silicon Luxembourg **_27**
 Simon Amy **_30**
 SLG **_16**
 SMS Group **_30**
 Société Nationale de Crédit et d'Investissement (SNCI) **_92**
 Sodexo **_16**
 Solvay **_49**
 SOS Villages d'Enfants Monde **_18, 34**
 Space X **_24**
 Spire Global Luxembourg **_08**
 STATEC **_70**
 Steed Shell Solutions **_86**
 Studio Polenta **_42**
 SuperDrecksKëscht **_122**
 Tarantula **_42**
 Technoport **_92**
 Teko Julien **_86**
 Telindus **_24, 26**
 Terroir Moselle **_40**
 Tesla **_26**
 Thelen Carlo **_40, 44, 110, 112**
 Thomas Nancy **_53**
 Transcom WW **_98**
 Travel Group Luxembourg **_16**
 Trustbuild **_27**
 Twitch **_30**
 UNICEF Luxembourg **_22, 104**
 Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) **_44, 80**
 UNITLIFE **_86**
 University of Friedrichshafen **_74**
 Université de Bologne **_98**
 Université de Luxembourg **_09, 30, 38**
 Université libre de Bruxelles **_80**
 Up Trace **_10**
 UpCRM **_07**

V, W, X
 Y, Z

Van Rijswijck Pit **_10**
 Van Rijswijck Tun **_10**
 VIA MOSEL' **_40**
 Ville de Luxembourg **_31, 32, 42**
 Visa **_18, 27**
 Vivatech **_86**
 Von der Leyen Ursula **_44**
 Voss Martine **_31**
 Voyages Emile Weber **_16, 20**
 Wagener Marc **_116**
 Weerasinghe Imeshi **_84**
 WEO **_84**
 Wildgen **_08**
 Wirion Charlotte **_84**
 Wisconsin Economic Development Corporation (WEDC) **_36**
 World Bank **_49**
 World Resources Institute (WRI) **_44**
 World Wildlife Fund (WWF) **_44**
 Yakan Grégoire **_86**
 Zeler Hugo **_16**
 Zeneti Malik **_110**
 Zigrand Tom **_06**

Impressum

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

Tél: (+352) 42 39 39 380
Fax: (+352) 43 83 26
E-mail: chamcom@cc.lu
Internet: www.merkur.lu

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg

Régie

2 rue Christophe Plantin
L-2339 Luxembourg
Tél: (+352) 4993 9000
E-mail: info@regie.lu
Internet: www.regie.lu

Communiqués de presse

merkur@cc.lu

Abonnements

Pour tout abonnement, merci
de vous rendre sur le site:
<http://www.cc.lu/merkur/abonnement>

Formule standard

6 numéros / an
Membres de la Chambre
de Commerce: gratuit
Non-membres: 15 euros / an

Rédacteur en Chef

Patrick Ernzer — patrick.ernzer@cc.lu

Rédactrice en Chef Adjointe

Corinne Briault — corinne.briault@cc.lu

Rédaction

Barberini Lucie — lucie.barberini@cc.lu
Catherine Moisy — catherine.moisy@cc.lu
Ekberg Hannah — hannah.ekberg@cc.lu
Marie-Hélène Trouilleux —
marie-helene.trouilleux@cc.lu
Sonia Jourdan — sonia.jourdan@cc.lu

Régie publicitaire

Regie.lu S.A.

Prochaine édition

15 juillet 2021

Illustration de la couverture

Julie Wagener

Collaborations

Fondation IDEA
Affaires économiques,
Chambre de Commerce
Affaires internationales,
Chambre de Commerce

Photographes

Laurent Antonelli
Emmanuel Claude
Marie de Decker
Matthieu Freund-Priacel
Romain Girtgen
Pierre Guersing
Bret Hartman/TED
Sophie Margue
Lynn Theisen
Steve Troes
Olivier Vigerie
Michel Zavagno

Conception graphique du poster

George(s) /
Chambre de Commerce

Direction Artistique et mise en page

lola strategy&design

Tirage

37.000 exemplaires



Please Recycle

Finished reading this publication?
Archive it, pass it on or recycle it.



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 2020 - 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





Claire
auxiliaire de vie
depuis 17 ans



**L'apprentissage,
pour avancer
ensemble !**

Hugo

bientôt apprenti
chez Claire



Une initiative de



L'apprentissage dans le commerce, les services, l'Horeca ou l'industrie offre des perspectives d'avenir aux jeunes talents, tout en renforçant la compétitivité des entreprises formatrices.
Apprentis bien formés = futurs collaborateurs qualifiés.

www.winwin.lu

Suis-nous [f](#) [@](#) [in](#)

The Making of...

george(s)

Studio graphique

George(s) est un petit studio de graphisme né en 2003 et composé de deux associés. Pas du tout *full service*, ni 360°, mais qui met un point d'honneur à toujours collaborer avec ses clients pour développer des solutions qui les démarquent.

georges.lu

« Il n'y a aucun mal à changer d'avis. Pourvu que ce soit dans le bon sens. »

Winston Churchill



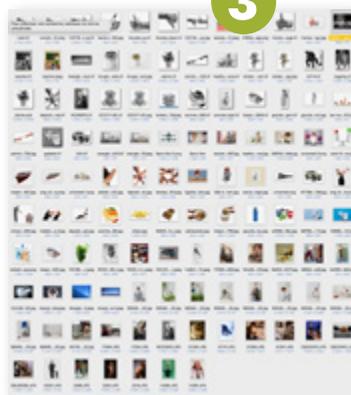
Inspiration

Le Bauhaus nous influence beaucoup. Il nous a inspiré dans la composition notamment pour le layout incliné et pour le collage, en nous appuyant sur les collages de Marianne-Brandt une des figures de ce mouvement. Le détournement photo résolument brouillon permet d'attirer l'attention sur l'essentiel de l'image dépourvue de son contexte. C'est ce qui nous a intéressé pour ce thème car une chose banale peut finalement avoir une importance fondamentale pour la RSE.



Processus créatif

Nous avons choisi des photos issues de banque d'images des années 1950's à 1990's, vintage et contemporaines pour illustrer ce qui est RSE et ce qui ne l'est pas, mais il n'y a pas de texte ni de chiffre. L'idée est aussi de jouer avec la lecture du poster qui se fait tête-bêche, il y a le « bon sens » pour ce qui est RSE, qui s'oppose à l'absurdité de ce qui n'est pas RSE.



Composition

Nous sommes partis de l'idée qu'il ne fallait pas proposer des chiffres ou des graphiques sur le sujet, mais plutôt partir des images. En nous documentant nous avons su que nous ne voulions pas faire d'infographies comme il en existe des tonnes sur Pinterest. L'idée s'est affinée lorsque nous faisons des recherches d'images. L'idée de changer de technique par rapport aux précédents posters que nous avons réalisés s'est alors imposée.

4

Couleurs

Comme souvent dans nos projets graphiques, nous nous fixons la règle de n'utiliser que deux couleurs principales contrastées, ici du vert pour l'aspect positif et du orange - choisi au rouge pour rendre l'ensemble plus frais - qui souligne l'alarmant. Ces teintes laissent également place à une troisième couleur, le noir, et bien entendu au blanc du papier.

3

Un appart'
route d'Arlon
plutôt
qu'à Arlon ?



NOUVEAU

wortimmo.lu

100% IMMO. 100% LOCAL.



ENCAISSEZ VOS FACTURES EN LIGNE MÊME SANS SITE E-COMMERCE

Grâce à Saferpay Secure PayGate, vous pouvez facilement générer des liens de paiement et les inclure sur vos factures ou bien les transmettre par e-mail à vos clients. Le paiement s'effectue par carte bancaire en quelques clics sur une page de paiement sécurisée hébergée par SIX Payment Services en ligne. Plus d'erreur de saisie : la réconciliation est facilitée et vous êtes immédiatement notifié.

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

worldline.com
six-payment-services.com