

MERKUR

Published by Luxembourg
Chamber of Commerce
www.cc.lu

JUIL • AOÛT 2022

Cover Story: Luxembourg's homegrown tourism
Innovating from the roots up

The Interview: Sebastian Reddeker

Success Story: Camping Auf Kengert



46 4 €
9 770241 841366
CHAMBER OF COMMERCE LUXEMBOURG



“

**WE PUT
SUSTAINABILITY
AT THE HEART
OF YOUR
STRATEGY**

Martin KIRSCH

Activmandate Green

is a theme focused investment which aims for long-term portfolio appreciation while contributing to sustainable development goals.

[SPUERKEESS.LU/activmandate-green](https://www.spuerkeess.lu/activmandate-green)



SPUERKEESS
Private Banking

Banque et Caisse d'Épargne de l'État, Luxembourg, établissement public autonome
1, Place de Metz, L-1930 Luxembourg, R.C.S. Luxembourg B30775

MERKUR

Petit pays, grandes découvertes !

Le Grand-Duché ne fait pas exception à la règle : comme pour de nombreuses destinations, le tourisme balbutiant il n'y a encore que quelques décennies, et réservé autrefois à une élite, s'est démocratisé et, connaît une sorte d'euphorie avec des destinations et des offres qui se sont considérablement élargies. De fait, il représente aujourd'hui d'importants enjeux économiques en créant des rentrées financières et des emplois non seulement de façon directe, mais également dans de nombreux secteurs qui y sont liés (agriculture, télécommunications, transports, constructions...). Présentant sa nouvelle stratégie touristique pour le pays en mai dernier, Lex Delles, ministre du Tourisme soulignait que le secteur avait un impact économique considérable au Luxembourg et qu'il pouvait jouer un rôle de moteur. De quels atouts bénéficie le Grand-Duché pour attirer les visiteurs ? Contre toute attente, ils sont nombreux car notre petit pays situé au cœur de l'Europe, aux racines historiques profondes, en constante évolution, sait se réinventer sans cesse. Le dossier de ce magazine s'attache donc à faire le tour du Grand-Duché, de ses friches industrielles reconverties, de ses paysages naturels préservés, de ses châteaux féériques, et de toutes les activités sportives qu'il propose.

La rubrique *Startup* vous embarquera notamment à bord du petit train de la Pétrusse pour un voyage dans le temps avec la jeune entreprise Urban Timetravel qui développe des visites de site en réalité virtuelle et dans un voyage linguistique avec TA-DA! Language Productions qui a posé ses valises à la House of Startups en 2020 pour y créer une société de production de livres audio à partir de papier interactif. Dans la rubrique *Success Story*, cette découverte du pays nous emmène au Château d'Urspelt dont les jeunes propriétaires ont la volonté de faire de chaque séjour un beau souvenir, que ce soit pour une clientèle privée ou professionnelle, puis changement de cap, dans l'un des plus anciens campings du pays, *Auf Kengert*, situé sur la commune de Larochette. *The Interview* donne la parole à Sebastian Reddeker, directeur de *Luxembourg for Tourism* et la rubrique *Meet our Members* de ce numéro est allée à la rencontre des sociétés Cimalux, Torrekakt et Globus Fachmärkte.

Au fil du magazine, vous pourrez encore lire des articles aux sujets aussi variés que le gaz liquéfié et ses enjeux, le télétravail, ou le Semestre européen dans la rubrique *The Economy*; un article de la Fondation IDEA sur la coopération transfrontalière. La rubrique *Market Watch* présente les opportunités business en Emilie-Romagne, région d'Italie aux multiples ressources; *Legal Insight* s'intéresse à la digitalisation du droit des sociétés et *In the Spotlight* revient, entre autres, sur la visite d'État menée au Portugal, l'événement *1000+ solutions pour protéger l'environnement de manière rentable* auquel était convié la Fondation Solar Impulse, créée par le « savanturier » Bertrand Piccard, le lancement du Business Club Luxembourg-UK à Londres ou encore les salons Vivatech et Eurosatory où la Chambre de Commerce avait installé des pavillons.

Le dossier de cette édition étant en anglais, vous pouvez retrouver sa version française sur cc.lu :

« Le tourisme représente aujourd'hui d'importants enjeux économiques, non seulement de façon directe, mais également dans de nombreux secteurs qui y sont liés. »



Bonne découverte et bonne lecture !

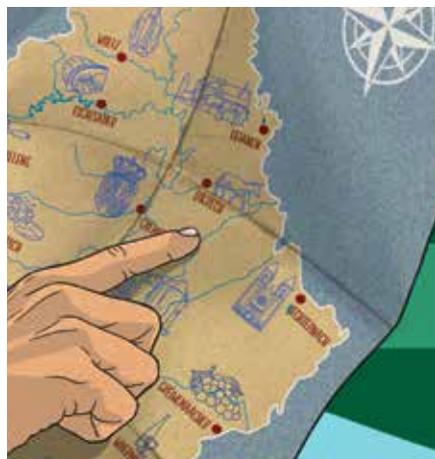
36

Cover Story: Tourism

Innovating from the roots up

36 — 49

Tucked between the Eifel Forest to the northeast, the Vosges mountains to the southeast and the Ardennes mountains to the southwest, Luxembourg is famous for its rain that creates a lush ecosystem entirely unique in Europe. Happily, this has long been recognised and safeguarded. Several large-scale parks offer further recognition and resources for this green treasure located at a pivotal cultural, linguistic, and geographical crossroads in Europe making it a world-class tourist destination.



06

CORPORATE NEWS

06 — 23

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.

24

INSTITUTIONAL NEWS

24 — 35

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

50

THE ECONOMY

50 — 61

- Sécurité énergétique**
Ruée sur le gaz naturel liquéfié 50
- Télétravail**
Quel bilan au Luxembourg? 52
- Semestre européen 2022**
Des défis persistants 54
- Intelligence artificielle**
Sésame d'une économie digitale compétitive 56
- The Eye of the Economist** 58
- Show and tell** 60
- In a Nutshell** 61

62

IDEAS TO SHAPE THE FUTURE

62 — 63

Grande Région
Repenser la coopération transfrontalière

64

LEGAL INSIGHT

64 — 65

Droit des sociétés
Utilisation d'outils et de processus numériques

68

THE INTERVIEW

68 — 73

Sebastian Reddeker,
directeur, Luxembourg for Tourism

76

STARTUP

76 — 87

TA-DA! Language Productions
La passion des langues 76

88

SUCCESS STORY

88 — 99

- Château d'Urspelt**
From Urspelt with love 88
- Camping Auf Kengert**
Vacances au plus près de la nature 94

100

MEET OUR MEMBERS

100 — 105

- Torrefakt**
Zwischen Genusskaffee und Blumenkunst 100
- Globus Lux**
Tout pour satisfaire les clients 102
- Cimalux**
Vers un avenir plus vert 104



p. 06



p. 60



p. 88

106 MEET OUR PEOPLE 106

108 LUXEMBOURG RISING 108 — 109

110 IN THE SPOTLIGHT 110 — 117

- 1000+ Solutions pour protéger l'environnement de manière rentable 110
- Une première réussie à Eurosatory 114
- Les startups luxembourgeoises à Vivatech 114
- Hanover Messe 2022 en présentiel 115
- En route pour le Nord! 116
- Label *Made in Luxembourg* 117

118 COMING UP SOON 118

119 UPCOMING TRAINING SESSIONS 119

La version en français du Dossier consacré au tourisme est à retrouver sur:
www.cc.lu/merkur



— ENGLISH CONTENT —

CORPORATE NEWS 20

INSTITUTIONAL NEWS 34

COVER STORY 36

Luxembourg's homegrown Tourism
Innovating from the roots up

MARKET WATCH 66

Emilia-Romagna region

STARTING BLOCKS 74

STARTUP 82

Urban TimeTravel
The Moving Time Machine

BLAST FROM THE PAST 107

IN THE SPOTLIGHT 112

State visit to Portugal:
bridging ecosystems 112

The Business Club Luxembourg -
UK inaugurated 117

Corporate News



— BONN —

Nouvel écrin pour la maison

La boutique Bonn a pris ses nouveaux quartiers au 3, rue de la Poste, opérant ainsi un retour aux sources. L'emplacement fut en effet une des adresses historiques de la maison fondée en 1855. L'immeuble, érigé en 1897, a été réaménagé par Jean-Claude Lazard, architecte d'intérieur et directeur du magasin, qui en a fait un véritable écrin pour les collections de mobilier et d'objets de décoration soigneusement sélectionnés.

Le nouveau magasin, réparti sur deux niveaux, se veut être un lieu intime tant par ses volumes, qui sont davantage ceux d'une maison que d'un show room, que par l'atmosphère feutrée et élégante qui s'en dégage. Dès l'entrée, le ton est donné avec des murs aux nuances grêges rehaussés par des éléments de décoration couleur ébène. Des pièces de mobilier anciens, datant des années 1920, peints dans un brun mat constituent une référence au passé de la maison Bonn, autant qu'un trait d'union avec son présent. L'assortiment fait se cotoyer des pièces d'orfèvrerie Christofle, des vases et objets de décoration Baccarat, des bougies du cirier Trudon et des livres de la prestigieuse maison d'édition Assouline avec des pièces uniques réalisées par des artisans luxembourgeois et européens, telles les céramiques à motifs animaliers et ethniques de Clémentine Aguetant ou les assiettes décoratives de Miriam Rosner. La boutique renouvellera régulièrement ses propositions en accueillant une suite d'expositions temporaires.

L'étage, constitué de trois pièces en enfilade, restitue l'atmosphère d'une maison de caractère avec notamment une cheminée en marbre agrémentée d'une paire de girandoles (*candélabres ornés de pendoques de cristal, n.dlr*). Cet ensemble forme un cadre idéal pour

présenter les meubles italiens de la marque Minotti, au design sobre et contemporain.

Jean-Claude Lazard, fort de son expérience de plus de 20 ans en création d'intérieurs, offre par ailleurs un service complémentaire grâce à son cabinet de conseil. Diplômé de l'école d'architecture intérieure Met de Penninghen Paris et ayant exercé à Chicago et à Paris avant de rejoindre l'entreprise familiale, le décorateur réalise des univers éclectiques raffinés, d'une subtile modernité parfois teintée de références à l'art décoratif des années 1930 et 1940, dans des demeures privées, des institutions culturelles ou des entreprises commerciales.

Le style de Jean-Claude Lazard valorise les objets et stimule le dialogue entre les époques et les inspirations, sans jamais rien céder au confort et à la fluidité des espaces. Ce talent reconnu par la presse luxembourgeoise et internationale nécessitait un nouveau lieu pour s'exprimer pleinement. La nouvelle adresse, située à deux pas de la place d'Armes saura assurément attirer dans son agencement sur mesure, les amateurs d'harmonie, de couleurs et de beaux objets rares dénichés à Paris, Milan ou ailleurs. ■

■ Plus d'informations : www.bonn.lu

— CREOS —

Les bâtiments officiellement inaugurés

Depuis novembre 2021 les nouveaux bâtiments situés dans le quartier de Merl accueillent plus de 400 collaborateurs issus de l'ancien siège administratif à Strassen, du Centre d'exploitation électricité et gaz à Hollerich et du département gaz haute pression du Centre d'exploitation de Schifflange. Le complexe est articulé en deux principaux immeubles de près de 20.000m² plus un parking couvert, des surfaces de stockage et des emplacements pour les véhicules utilitaires et de service à l'extérieur. Bien être et aspect écologique ont également été pris en compte : le bâtiment a reçu la notation Gold du label DGNB (*Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen*). —



— SODEXO —

Un don grâce au Lunch Pass

Depuis juillet 2009, Sodexo et Caritas Luxembourg unissent leurs forces pour venir en aide aux familles dans le besoin au Luxembourg. Au total, 263.271 euros ont été collectés à ce jour. En juin dernier, un chèque symbolique de 28.600,51 euros a à nouveau été remis à Caritas pour clôturer la campagne 2021/2022 du *Lunch Pass* permettant à toutes les personnes de donner un ou plusieurs de leurs *Lunch Pass* pour que des familles dans le besoin puissent se nourrir de manière équilibrée à travers les épiceries sociales *Caritas Buttek*. De plus, une collecte supplémentaire a été organisée cette année pour soutenir les actions de Caritas en aide au peuple ukrainien. Près de 12.000 euros ont ainsi été collectés. —



— NOOSPHERE —

Agence du shopping center Cloche d'Or

Noosphere Brand Strategy entame une nouvelle collaboration avec le shopping center Cloche d'Or. Fin novembre 2021, le shopping center Cloche d'Or a lancé un *pitch* d'agences afin de l'accompagner dans sa réflexion stratégique et la gestion quotidienne de ses actions de communication. L'agence lauréate a pris le parti de challenger une série de positions du centre commercial tant sur les aspects stratégiques que graphiques. Une vraie réflexion de fond sur le positionnement du centre, qui a permis à Noosphere de se démarquer de ses concurrents. Le rôle de l'agence sera également d'accompagner la Cloche d'Or sur la coordination avec ses partenaires. —



— PROMOCULTURE —

Un demi siècle d'activité!

En 1972, Albert Daming et Jean Aulner réalisent leur rêve en ouvrant une librairie technique et scientifique. Au fil des années, la librairie Promoculture se spécialise dans les domaines aussi pointus que la fiscalité et le droit luxembourgeois, le droit étranger, l'informatique, le marketing et le management, que viennent compléter les sciences, la médecine, la psychologie, l'histoire, la géographie et enfin l'architecture et le génie civil. La multiculturalité du Luxembourg permet à la librairie de proposer des livres en français, allemand, anglais et quelques-uns en luxembourgeois. Toujours dans un souci de «promotion de la culture» et du savoir, Promoculture dispose aussi d'ouvrages accessibles au grand public, d'un petit espace de littérature internationale et organise occasionnellement des conférences et des colloques. —



— ARTHUR WELTER LOGISTICS —

60 ans et une nouvelle plateforme!

Résolument tournée vers l'avenir, la société familiale Arthur Welter qui a célébré récemment ses 60 ans, a inauguré son nouvel entrepôt Arthur Welter Logistics, en présence de S.A.R. le Grand-Duc. La plateforme logistique de 25.000m² est idéalement située sur le Parc Logistique Eurohub Sud à Dudelange.



Avec ce nouvel entrepôt, Arthur Welter a pris un virage stratégique et a diversifié ses activités : ce dernier permet en effet de tripler la capacité d'entreposage de l'entreprise et a trois fonctions distinctes, occupant environ une centaine de salariés. Ainsi, 5.000m² sont loués à un grand nom de l'automobile au Luxembourg, qui y gère les pièces détachées pour ses concessions dont la distribution nationale est assurée par Arthur Welter. 8.000m² sont dédiés à Logispneu, une activité développée depuis près de 10 ans par Arthur Welter, consistant en la gestion logistique des kits de roues été/hiver pour les garages.

Les roues de 21.500 véhicules y sont entreposées chaque saison. La dernière section de 12.000m² est consacrée à l'entreposage de marchandises et à la préparation de commandes pour une grande chaîne de supermarchés luxembourgeoise. Près de 550.000 colis sont préparés mensuellement pour l'approvisionnement de 26 magasins. Il s'agissait du plus gros challenge à relever pour Arthur Welter Logistics car cette activité était gérée jusqu'alors par le client. Cette activité était un projet pilote, que ce client va transposer dans d'autres pays. —

Luxair

Des vols neutres en carbone

Consciente de l'impact de ses activités sur l'environnement et à l'occasion du Sommet de l'aviation qui s'est tenu à Toulouse en février 2022, Luxair s'est joint aux signataires pour réaffirmer son soutien à la promesse de «neutralité carbone d'ici 2050». À ce titre, Luxair a introduit un nouveau dispositif de «compensation carbone» pour les vols de la classe affaires et vols des forfaits Excellence réservés avec LuxairTours. Cette démarche s'inscrit dans une autre plus globale de réduction de l'empreinte environnementale mise en oeuvre par Luxair à travers de nombreuses actions déjà mises en place telles que le renouvellement progressif de la flotte, l'optimisation continue des opérations de vols ou encore la réduction du plastique à usage unique à bord de ses vols. À plus court terme, Luxair étudie également la possibilité de permettre à ses clients de compenser leurs émissions de CO₂ de façon volontaire et ainsi faire un geste pour l'environnement.

Casa do Brill

Un nouvel espace à Differdange

Koconsult (Casa do Brill) a installé un nouveau magasin à Differdange (5, Place des Alliés). Doté des équipements les plus modernes et avec 250 m² de surface de vente, ce nouvel espace est le plus grand et le plus moderne de l'enseigne Casa do Brill, véritable vitrine du concept de marché de proximité baptisé Mercado Casa do Brill que l'entreprise souhaite instaurer dans le futur. La clientèle y est accueillie dans un cadre d'achat très confortable et en plus de l'offre traditionnelle de viande de qualité supérieure au meilleur prix, les clients peuvent trouver une grande variété de délicieux produits traiteur, d'épicerie sucrée/salée, de crèmerie et surgelés, de boissons et de vins et de beaucoup d'autres produits typiquement portugais.

— CACTUS SHOPPI —

En route pour l'ultra-proximité

Cactus shoppi a signé un accord de partenariat avec le commerçant indépendant Falk Schramer, expert en matière de vending.

Parallèlement à son actuel réseau franchisé de 36 *convenience stores*, Cactus shoppi se lance dans l'ultra-proximité en s'associant à Falk Schramer. Les deux entrepreneurs partagent la même vision: être plus proche de leur clientèle, de leurs besoins et souhaits, actuels et surtout futurs. Dans les prochaines semaines, des solutions de *vending machines* sous enseigne Cactus shoppi seront mises en place et proposées à des administrations, entreprises, clubs sportifs et autres associations à la recherche de solutions de repas, de boissons fraîches et de *snacking* de qualité. Le franchiseur Cactus shoppi et son nouveau partenaire sont ambitieux quant au déploiement rapide de ce concept commercial d'ultra-proximité qui cible en priorité la population active locale forte de 500.000 employés. —



— ORANGE FAB —

Virtual Rangers, Nirli et WithVR, startups lauréates

La cinquième saison d'Orange Fab était consacrée aux solutions AR, VR ou métavers contribuant à améliorer l'expérience clients ou à en créer de nouvelles.



— HANDBAG EXPERT —

La maroquinerie de luxe en mode circulaire

Handbag Expert propose le premier service de location, de restauration et d'achat-vente de maroquinerie de luxe à Luxembourg.

Parce qu'un patrimoine se doit d'être préservé, Handbag Expert offre un nouveau modèle de maroquinerie de luxe circulaire au Luxembourg grâce à ses services complémentaires d'achat-vente, restauration mais surtout grâce à la location de sacs de luxe. Avec ce nouveau concept la mode de luxe devient accessible pour permettre à tous les amoureux de la maroquinerie de porter les sacs les plus iconiques des maisons de luxe et/ou de partager certaines pièces de leur collection sur base d'un modèle locatif (propriétaire - Handbag Expert - loueur). Passionnées de mode et de vintage depuis toujours, dénicheuses de seconde main, Olivia Scalmato et Valérie François sont investies dans une démarche éco-responsable et proposent de faire le choix d'avoir un impact *positively conscious*. —



Le programme était axé sur le développement d'expériences en Réalité Augmentée, Réalité Virtuelle et Métavers. L'ensemble des startups pré-sélectionnées a eu l'opportunité de pitcher son projet devant le jury d'Orange Luxembourg et d'Orange Belgique. À l'issue du pitch final, 3 startups ont été retenues: Virtual Rangers, Nirli et WithVR. En rejoignant le programme Orange Fab, les startups sélectionnées auront l'opportunité de travailler avec les équipes d'Orange pour mettre en oeuvre un concept qui s'adresse aux clients du groupe. Depuis plusieurs années, Orange soutient l'écosystème startup dans une démarche d'innovation. À travers Orange Fab, la volonté d'Orange est de travailler avec des acteurs innovants, moteurs essentiels de la transformation numérique des organisations. —

WORLDLINE 

Payconiq sur votre terminal

Simple, rapide et sans contact,
offrez à vos clients une expérience
d'achat de nouvelle génération.

Toutes vos transactions électroniques
sont centralisées sur votre terminal
et traitées par Worldline, votre
interlocuteur unique.



Comme des milliers d'autres commerces,
acceptez Payconiq sans plus attendre :
worldline.com/merchant-services/payconiq-lu



Digital Payments
for a Trusted World



Supermiro Le Club Le Chief Happiness Officer digital

Supermiro, le service qui référence depuis plus de 7 ans les bons plans pour sortir à Luxembourg et en Grande Région, a lancé une toute nouvelle plateforme, Supermiro Le Club, destinée aux employés des sociétés. L'idée est de répondre à un monde du travail en pleine crise avec la pénurie de main-d'œuvre, la difficulté à retenir les talents et parfois la démotivation des employés dont une des causes principales est l'hyperconnexion. Supermiro propose donc un service clé en main pour des teambuildings et des expériences uniques et locales pour resserrer les liens au sein des équipes. Le but est d'accompagner les services RH avec un outil digital, performant et moderne et d'apporter du capital sympathie à la marque employeur.

■ Plus d'informations :
www.supermiro.club

Edenred Les titres-repas remplacés par une carte

Le 10 mai 2022, Edenred, leader mondial des solutions digitales de paiement à usages spécifiques, connu au Grand-Duché pour ses solutions Ticket Restaurant et Ticket Compliments, a lancé une carte dotée d'une technologie inédite, fruit de l'expertise conjointe d'Edenred et de Mastercard, qui ouvre une multitude de possibilités à ses détenteurs ainsi qu'à l'ensemble des commerces grand-ducaux. En effet, la carte Edenred est désormais utilisable dans tous les commerces éligibles acceptant Mastercard en paiement physique, sans contact, en ligne ou mobile avec Apple Pay. Cette carte est produite en matériaux recyclés, une exclusivité dans le monde des cartes de paiement au Grand-Duché.

ALD Automotive Leasing de prestige

ALD Automotive propose une nouvelle offre de location premium : ALD One. Comptant 15 ans d'expérience sur ce créneau et une flotte de 500 véhicules premium, ALD Automotive a mis au point une solution s'adressant aux besoins spécifiques d'une clientèle passionnée d'automobile où dont les responsabilités professionnelles exigent des services adaptés et des conditions confortables. La formule haut de gamme ALD One propose, entre autres, une seule personne de contact tout au long du contrat, la livraison à domicile ou sur-mesure, une assurance étendue (contenu et sorties sur circuit), l'assistance avec des interventions sur-mesure via l'ACL ou encore un véhicule de remplacement immédiat de catégorie supérieure.

Travel Group Luxembourg Inspirations sur mesure

Pour répondre au besoin croissant d'individualisation des voyages exprimé par leurs clients, les agences du groupe TGL ont lancé la plateforme travel-inspiration.lu, regroupant des idées de destinations qui sont ensuite taillées sur mesure pour chacun grâce à l'expertise des *travel designer* des réseaux Voyages Emile Weber et We love to travel. Les compétences spécifiques de ces derniers peuvent être consultées en ligne pour orienter directement les clients vers le conseiller le plus approprié selon la destination ou le style de vacances recherchés. Les propositions combinent ainsi les envies en termes de rythme de voyage ou de centre d'intérêts (gastronomie, paysages, culture, activités pour enfants...), pour créer des expériences de voyage inoubliables, que ce soit en Europe ou dans les destinations plus lointaines, qui, peu à peu, rouvrent leur portes.



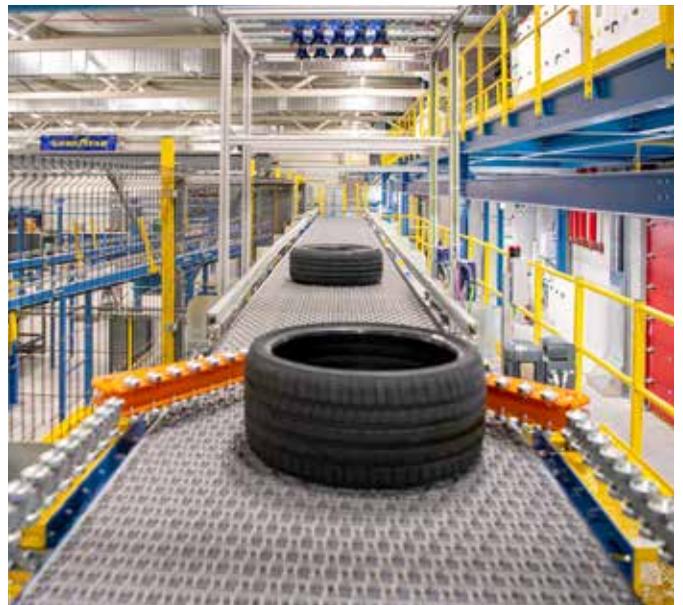
— GOODYEAR —

Production 4.0

Le 5 mai 2022, Goodyear Tire & Rubber Company a officiellement inauguré à Dudelange, sa nouvelle usine de production ayant nécessité un investissement de 77 millions de dollars dans un procédé de fabrication numérique industriel 4.0.

La nouvelle installation constitue une première pour Goodyear et une véritable opportunité d'apprentissage, de test et de perfectionnement de la technologie au fur et à mesure que la capacité de production augmentera. Elle comprend un nouveau procédé basé sur des petites séries de production de pneumatiques ultra-haute performance (UHP) et ultra ultra-haute performance (UUHP) à grand diamètre de jantes qui permet à Goodyear de produire des pneumatiques quatre fois plus rapidement qu'au cours d'un cycle de production classique et de répondre ainsi aux demandes des clients de manière rapide et efficace.

Développée par des ingénieurs maison, la méthode, qui s'apparente à de l'impression 3D, permet d'anticiper et de répondre à la complexité croissante de l'industrie du pneumatique. L'intérêt de plus en plus marqué des constructeurs automobiles pour des pneumatiques à grand diamètre de jantes ainsi que la variété des modèles de véhicules et des options disponibles pour les conducteurs, génèrent un besoin grandissant de développer et de produire efficacement des pneumatiques UUHP premium en petites quantités, sur demande, pour le marché des équipements d'origine et du remplacement. Cette technologie requérant de nouvelles compétences, Goodyear a embauché 90 employés pour soutenir la nouvelle installation. Dans les prochains mois, Goodyear recrutera 20 techniciens électromécaniciens supplémentaires. L'entreprise a également investi dans des programmes de formation pour permettre aux employés d'être plus performants sur des procédés de fabrication nouveaux et innovants. ■



Haut de gamme.

Le nouvel Actros L. Détente au volant, efficacité professionnelle, confort de vie : Avec le nouvel Actros L, Mercedes-Benz Trucks redéfinit sa classe premium. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site 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)





Secretimmo Un estimateur de poche de nouvelle génération

Quelques mois après avoir lancé son nouveau concept immobilier off-market au Grand-Duché, l'agence immobilière Secretimmo innove à nouveau avec l'introduction sur le marché de son estimateur de poche en version beta. Destiné aux particuliers mais également utilisé par des professionnels de l'immobilier, l'estimateur de poche de Secretimmo permet d'estimer la valeur d'une maison, d'un appartement ou d'un terrain constructible au Luxembourg grâce à des algorithmes développés en interne qui exploitent systématiquement les dernières données disponibles. L'estimateur « se nourrit des prix communiqués par les sources officielles comme l'Observatoire de l'habitat et le Liser, mais aussi des annonces publiées sur les différents portails immobiliers », précise Serge Uschkaloff, administrateur fondateur de Secretimmo. Réactualisées en permanence, les données sont donc fiables et les estimations pertinentes. Elles vont même gagner encore en précision avec le temps. Plus l'Estimateur de poche de Secretimmo est utilisé, plus il est efficace grâce aux nouvelles données qu'il génère, intègre et analyse. Conçu en *Mobile First*, l'outil est parfaitement adapté aux smartphones et tablettes. Simple à manipuler et *user friendly*, il est également très rapide. Il suffit de renseigner différents critères pour obtenir un résultat pertinent en quelques minutes seulement. Entièrement gratuit, l'estimateur a également pour atout de ne pas être limité en nombre d'utilisations.

■ Plus d'informations :
www.secretimmo.lu/appraisal

— LIDL —

Plus de produits végétariens et végans

Lidl renforce son assortiment de produits végétariens et végans afin de répondre à une demande croissante de ses clients.

Conscient que ses clients optent de plus en plus pour des substituts de viande végétaux, Lidl étend sa gamme végétarienne et végétalienne. Depuis qu'elle a intégré le marché luxembourgeois voici plus de 20 ans, l'enseigne s'est constamment engagée dans l'amélioration de son offre et sa gamme de produits, afin d'inciter à une consommation responsable grâce à des articles de qualité au prix le plus bas. Cet engagement s'inscrit aussi dans sa stratégie de durabilité : Lidl ambitionne de doubler ses ventes de la gamme végétarienne d'ici 2025. En 2021, les consommateurs pouvaient choisir parmi 73 produits végétariens et végétaliens, ce nombre augmente désormais de 10% supplémentaires. Lidl répond ainsi à la demande sans cesse croissante de produits alimentaires à base de plantes. —

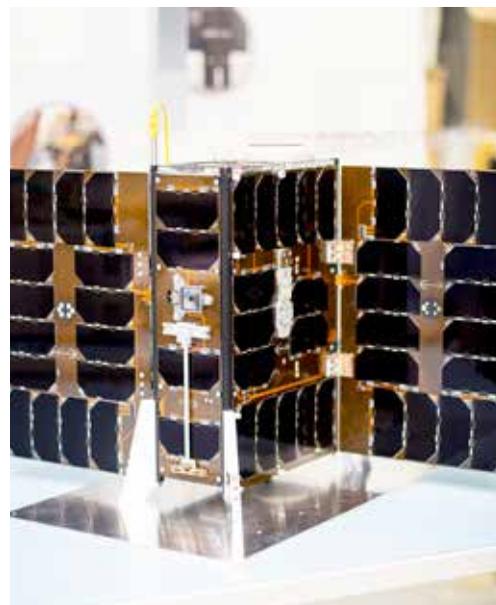


— KLEOS —

Accord conclu avec l'US Navy

Kleos Space Inc. filiale américaine de Kleos Space, a conclu un accord de recherche et développement coopératif (CRADA) avec la Division des grues du Naval Surface Warfare Centre pour l'expérimentation conjointe de données.

Dans le cadre de cet accord CRADA, Kleos fournira ses données de géolocalisation par radiofréquence dans des scénarios de test réalistes afin d'améliorer la connaissance du domaine maritime pour les défis du monde réel, y compris les rapports sur les sanctions, l'embargo, la surveillance du transbordement, la recherche et le sauvetage, la gestion des ressources, le contrôle des pêches, la contrebande et le contrôle des frontières. —



— RCARRÉ —

Acquisition de Tenotel

Le rachat va permettre à Rcarrré de renforcer ses activités liées à la téléphonie d'entreprise.

Créée en 2001, la société luxembourgeoise Rcarrré est spécialisée dans les réseaux informatiques, le cloud, les communications unifiées, la sécurité, les ressources techniques et la gouvernance. L'acquisition des activités de Tenotel permettra à Rcarrré de renforcer sa place sur le marché luxembourgeois en tant que prestataire de services de « communication unifiée ». Ce rachat se fera en douceur : les activités de téléphonie resteront inchangées, mais l'équipe en place se verra renforcée par les spécialistes téléphonie de Rcarrré. Ainsi les 2 équipes fusionneront afin d'enrichir leurs compétences sur les techniques en place dans les 2 sociétés, à savoir Innovaphone et Avaya. Rcarrré et Tenotel ont emménagé ensemble dans des nouveaux locaux fin juin. —

NOUVELLE RENAULT MEGANE E-TECH

100% electric

découvrez-la
dès maintenant
dans tout le réseau



jusqu'à 8000€ de prime gouvernementale : profitez-en*

plus d'infos



jusqu'à 470 km d'autonomie, 26 systèmes avancés d'aide à la conduite et nouveau tableau de bord openR de 774cm² avec intégration Google

0 - 0 g CO₂/km (WLTP)

contactez votre concessionnaire pour toute information relative à la fiscalité de votre véhicule. *infos et conditions sur guichet.public.lu. Google, Google Maps and Google Play sont des marques de Google LLC. annonceur : Renault belgique-luxembourg s.a. (importateur), chaussée de mons 281, 1070 bruxelles, rpm bruxelles tva be 0403 463 679. iban be76 0017 8828 2195.  DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.





Opyos Un Vermouth Rouge de Luxembourg à déguster

Après plus de deux ans consacrés à son développement, Opyos a annoncé le lancement d'un nouveau produit: le Vermouth Rouge de Luxembourg, premier du genre au Grand-Duché. Cet apéritif artisanal, inspiré par la tradition italienne de Turin, est un assemblage de vin blanc et de vin rouge aromatisé avec différentes teintures d'herbes, de racines, de fleurs et de fruits. Le résultat est une boisson aux reflets rubis, dont l'équilibre oscille entre des notes amères et douces, fruitées et vivaces. Il offre une expérience à la fois rafraîchissante et complexe. L'Opyos Vermouth Rouge de Luxembourg se déguste pur ou avec des glaçons, garni d'une tranche d'orange.

■ Plus d'informations :
<https://opyosbeverages.lu>

Centre commercial Opkorn Candy Factory s'installe

Le centre commercial Opkorn à Differdange accueille désormais une nouvelle adresse gourmande. Sur plus de 60 m², Candy Factory est exclusivement dédiée à la confiserie avec à la fois des produits traditionnels et classiques, mais également issus de l'importation américaine et asiatique, en provenance des États-Unis, du Japon, de la Thaïlande et de la Corée... À déguster, entre autres, une variété de 60 bonbons traditionnels à choisir en vrac en *pick & mix*, des réglisses américaines, de grandes sucettes de fêtes foraines ou encore des cacahuètes grillées, du snacking sucré et salé et des boissons. Pour les amateurs, Candy Factory propose à la vente la célèbre marque de chocolats au beurre de cacahuète Reese's, les céréales Lucky Charms ou encore les génoises Twinkies.

■ Opkorn Shopping Differdange / Candy Factory 1, Boulevard Emile Kriepps - Differdange.

— VLV LUX —

Partenaire du High Security Hub

Récemment implantée au Luxembourg, VLV Lux a pour mission de fournir aux installateurs électriciens des systèmes complets de sécurité incendie répondant aux multiples normes du marché national.

VLV Lux, société indépendante luxembourgeoise, fait partie du Réseau DEF, un réseau construit initialement autour de DEF – Détection Électronique Française – qui, depuis plus de 60 ans, se consacre à son cœur de métier: la détection incendie. Le Réseau DEF est un réseau international qui regroupe 2.400 collaborateurs dans plus de 60 entreprises, dont une dizaine d'usines, en Allemagne et en France notamment. De la détection incendie à la vidéo protection en passant par l'évacuation, la gestion des issues de secours, la sonorisation de sécurité, l'extinction automatique, le désenfumage mécanique, la supervision ou la sûreté, VLV Lux au travers de son réseau DEF, propose une palette d'expertises alliant plusieurs métiers de la sécurité.

Au Grand-Duché, VLV LUX travaille sur des projets variés pour des hôtels, des bâtiments administratifs, des résidences, des maisons de retraite, des entreprises industrielles, etc. La société a signé en avril dernier, un partenariat avec HSH - High Security Hub, l'ancien Freeport. VLV Lux a été choisie par le Hub pour des missions de maintenance, de migration et de modernisation des équipements de détection/extinction incendie, vidéosurveillance, contrôle d'accès, anti-intrusion et gestion technique du bâtiment au sein du « coffre-fort du Luxembourg ». —



— WE LOVE TO TRAVEL —

BikooTrip, une première au Luxembourg !

Lancé il y a quelques semaines, BikooTrip propose des voyages à vélos électriques sur mesure en groupe, en famille, afin de découvrir des contrées familières ou méconnues, sous un angle nouveau, tout en pratiquant une activité physique adaptée.

Accessibles à tous, les voyages proposés par les agences We Love To Travel via BikooTrip combinent sans effort découvertes touristiques et balades à vélos électriques en Europe. Huit voyages sont prévus pour la saison 2022 allant d'une durée d'une journée à 8 jours, aux destinations variées et aux thèmes enchanteurs pour les amoureux de la Petite Reine, à travers le Grand-Duché, la Belgique, la France, les Pays-Bas ou l'Italie... Flexible, BikooTrip permet aussi à ceux qui le souhaitent de pouvoir utiliser leur propre vélo électrique et une formule destinée à ceux qui veulent voyager avec leur famille ou des amis qui n'ont pas envie de faire du vélo. Pendant que les cyclistes parcourent la région à vélo, BikooTrip propose un programme découverte pour les « non-cyclistes » avec un point de rencontre le soir pour partager les bons moments de la journée. L'offre venant d'être lancée, BikooTrip est ouverte à toutes les suggestions et s'adapte pour répondre également aux demandes de chaque groupe. —

■ Plus d'informations et réservations :
www.bikootrip.com





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

— CACTUS —

Pour les enfants d'Ukraine

Début mars 2022, Cactus et UNICEF Luxembourg ont lancé un appel à la solidarité au sein de tous les supermarchés de l'enseigne pour venir en aide aux enfants d'Ukraine et à leurs familles, victimes d'une terrible guerre. Cette collecte organisée en urgence a permis de rassembler presque 100.000 euros, preuve d'une énorme générosité des clients de Cactus. La direction de l'entreprise familiale a décidé de doubler ce montant pour remettre un chèque de 200.000 euros aux responsables d'UNICEF Luxembourg. Cette somme leur permettra de renforcer leur capacité à aider et à faire face à la crise des personnes déplacées, celles qui restent en Ukraine, ainsi que celles qui fuient vers les pays voisins à travers les frontières. —



— POST —

Au cœur de Belval Plaza

Situé au 1^{er} étage du centre commercial d'Esch-sur-Alzette, l'Espace POST Belval Plaza est ouvert depuis avril 2022. Le concept accueille les clients dans un cadre moderne, convivial et facile d'accès. Ceux-ci y retrouvent l'intégralité des produits et services de POST Luxembourg ainsi qu'une zone self-service. Désormais, Esch-sur-Alzette compte donc deux points de vente, l'autre étant situé au centre d'Esch, rue Zénon Bernard. Le réseau de vente de POST évolue en fonction des besoins des clients: heures d'ouverture étendues, offre complète (Telecom, Courrier et Finance), service client compétent et aimable ainsi que des localisations faciles d'accès par les transports publics... —



— LUXLAIT —

Aux couleurs d'Esch 2022

Partenaire d'Esch2022, Luxlait a décidé de lancer deux éditions limitées de ses shakers UHT, élaborées par deux artistes luxembourgeois, Liz Kummer pour le choco et Daniel Mac Lloyd pour le café. Elles seront disponibles pendant environ deux mois et distribuées à certains événements d'Esch2022. Avec ce partenariat, Luxlait renforce sa collaboration avec le monde luxembourgeois de la culture, avec lequel elle a toujours eu un lien proche. Le Kachkéis et le beurre Rose sont en effet devenus des produits incontournables, mis à l'honneur dans des chansons, des BD et des films. Des artistes tels que Jacques Schneider ou Lynn Cosyn intègrent les produits Luxlait dans leurs oeuvres. —



— BRASSERIE NATIONALE —

Nouvelle récompense

Quelques mois seulement après l'eau Lodyss, c'est au tour de la bière Battin Gambirinus de décrocher la médaille d'or décernée par l'organisme Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG). La bière Battin est un produit 100% naturel, sans additifs et sans conservateurs, ce qui a très certainement séduit les membres du jury. Pour rappel, l'organisme de la DLG, existant depuis 1885, est la première organisation européenne agro-alimentaire reconnue comme «certificateur» officiel pour toute l'Europe. Leurs experts évaluent chaque année des centaines de marques de boissons selon des critères stricts. La Médaille d'Or est le grade le plus élevé attribué par la DLG. —



— KLEOS SPACE —

Mission as a service

Kleos Space, fournisseur de données de reconnaissance de radiofréquence par satellites (DaaS), lance une nouvelle offre: l'accès à une capacité de satellite de reconnaissance par radiofréquence, dédiée et chargeable, soit une Mission en tant que Service.



Kleos diversifie son modèle commercial et propose désormais la capacité de mission en tant que service (MaaS), offrant aux clients un accès exclusif aux groupes de satellites de reconnaissance par radiofréquence en orbite dédiés de Kleos pour des périodes et une capacité fixes. Chaque contrat de mission en tant que service sera adapté aux exigences et aux besoins du client, notamment en fonction du pourcentage de capacité satellitaire nécessaire, du niveau de tâche requis et des droits de données correspondants. Cette offre répond à la demande croissante du marché et complète le modèle commercial

DaaS existant, qui fournit une activité radiofréquence géolocalisée dans des zones d'intérêt, à de multiples abonnés gouvernementaux et commerciaux. La feuille de route de la constellation de Kleos comprend le déploiement de nouveaux groupes dans un court laps de temps, augmentant la précision, améliorant la latence et prenant en charge une gamme complète de missions de renseignement, de défense, de sécurité et commerciales grâce à une meilleure connaissance de la situation. Kleos vise jusqu'à 20 groupes de satellites pour une couverture mondiale optimale de ses offres DaaS et MaaS. —

FORUM SÉCURITÉ - SANTÉ AU TRAVAIL

Salon



DATE DE L'ÉVÈNEMENT

26/10/2022

@ LuxExpo The Box

ÉVÈNEMENT INCONTOURNABLE EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ ET DE SANTÉ AU TRAVAIL

Destiné aux dirigeants d'entreprise, aux responsables sécurité-santé en entreprise ainsi qu'à tous les acteurs engagés en la matière.

**VISION
ZERO**
RISQUES
ACCIDENTS
MORTS



SÉANCE OFFICIELLE
& REMISE DU PRIX SST

> 100 exposants et animations
20 workshops



LES INSCRIPTIONS SONT OUVERTES

POUR **visiteurs, exposants**
(premier arrivé, premier servi)
et animateurs de workshop



PLUS D'INFORMATIONS

www.visionzero.lu/forum-sst

Organisateurs



Partenaires



Avec le soutien de



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

www.wort.lu

LUXEMBOURG TIMES

contacto

wortimmo.lu
LES SPÉCIALISTES DE L'IMMOBILIER

— LOUVIGNYMEDIA —

Lancement de Lëtz Louvigny

LouvignyMedia lance Lëtz Louvigny, une nouvelle chaîne Youtube dédiée à l'histoire contemporaine du Luxembourg.

Grâce à un travail de restauration de films anciens, Lëtz Louvigny propose des dizaines d'archives colorisées en lien avec l'histoire du Grand-Duché. Parmi les contenus publiés, un film sonorisé et en couleurs sur la vie quotidienne de la capitale en 1912 et de nombreuses vidéos dédiées aux événements marquants de la Cour grand-ducale, ainsi qu'au rôle joué par le Luxembourg dans la construction européenne. Lëtz Louvigny est une initiative sur fonds propres de LouvignyMedia. Créée en 2019 par Gregory Goethals et Cédric Donnet, l'entreprise luxembourgeoise produit des contenus historiques sous forme de documentaires, ouvrages et médias online. Depuis septembre 2020, LouvignyMedia est hébergée au Luxembourg-City Incubator, l'incubateur de la Chambre de Commerce et de la Ville de Luxembourg. —



— ROCKIDS —

Acquisitions de 6 nouvelles structures

Rockids, spécialiste de l'accueil des enfants au Luxembourg, a acquis 6 nouvelles structures de la société La Luciole et devient le 2^e acteur du pays.

Rockids est un acteur majeur au savoir-faire reconnu dans l'accueil des petits et des plus grands, mais aussi un socle éducatif basé sur la bienveillance et la pédagogie positive et Montessori. Avec l'acquisition des 6 structures (situées à Schifflange, Kirchberg, Rollingergrund, Fentange et Limpertsberg) du groupe La Luciole, Rockids renforce sa présence au Luxembourg et totalise 24 structures, crèches et foyers de jours, qui peuvent accueillir près de 900 enfants de 0 à 12 ans. —



— PÉTILLANCES / NOVALLIA —

Les deux sociétés s'unissent

Pétillances et Novallia concrétisent leur collaboration à travers un partenariat qui permettra de proposer des services complets à leurs clients.

Avec ce nouveau partenariat, les deux entreprises unissent leurs expertises pour renforcer l'accompagnement des entreprises et se compléter sur le terrain de la santé, la sécurité, la réglementation et la qualité de vie au travail. Pétillances a été créée en 2012 et intervient dans la prévention des risques psychosociaux, la formation professionnelle, et l'accompagnement individuel ou d'équipes. Les psychologues, consultants et formateurs de Pétillances accompagnent équipes et individus dans la révélation de leur potentiel pour que les entreprises et collaborateurs marchent main dans la main vers la meilleure qualité de vie possible. Pétillances intervient dans tous les secteurs (ministères, établissements publics, hôpitaux, banques, industries, logistique, etc.) et travaille avec environ 140 entreprises par an. Novallia, créé en 2003, est un cabinet de conseil et un éditeur de logiciels indépendant, intervenant – à l'origine – principalement dans l'environnement, l'hygiène & sécurité, les risques, l'énergie et la qualité. Novallia assiste ses clients en matière de maîtrise réglementaire et opérationnelle dans ces différents domaines. Novallia est aujourd'hui présente en France, en Suisse, en Tunisie, au Maroc, et au Sénégal. —

— EDITUS —

Acteur du Big Data

Dans la transformation de ses activités, Editus a placé la data au cœur de ses réflexions pour optimiser les performances de ses solutions et apporter de la valeur ajoutée aux TPE / PME.



Editus lance Editus Insight, une solution pour réaliser des études de marché fiables et pertinentes s'appuyant sur des données de mobilité croisées aux POI (Point of Interest) de la base de données Editus. Cette solution géomarketing, inédite sur le marché du Luxembourg, fournit aux dirigeants d'entreprises et institutions luxembourgeoises des informations comportementales sur l'ensemble du territoire national ou par zone géographique bien déterminée et les accompagne dans leur prise de décisions stratégiques, comme la saisie de nouvelles opportunités business, leurs investissements marketing

ou le développement de leur offre. Cette orientation stratégique intervient dans la lignée du repositionnement d'Editus en tant qu'agence marketing et du lancement de son offre de service NEO, dédiée aux entreprises ayant besoin d'optimiser leur stratégie digitale. Nouveau marché, nouvelles marques, nouveaux produits, l'évolution de l'annuaire témoigne de sa volonté de fournir aux entreprises un service performant et accessible, correspondant à leurs besoins et à l'évolution des usages de consommation. —



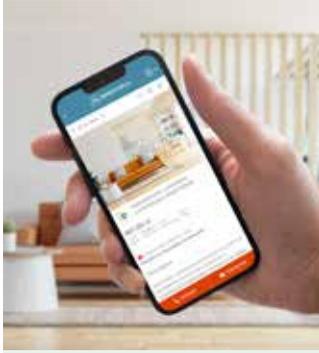
Cet été, partez en vacances
l'esprit serein avec

MyGuichet.lu



Vos démarches administratives,
tout simplement, quand vous voulez,
où vous voulez et en toute sécurité.

 **Guichet.lu**



Immotop New site, new app

The real estate advertising platform Immotop.lu is changing its image: the historic red interface is giving way to blue. This rebranding is aimed at further differentiating the Immotop.lu brand from other market players. It is also an opportunity for Immotop.lu to be more aligned with the values it wishes to embody and promote within the real estate market: expertise, trust, and innovation. With its new visual identity and new features, Immotop.lu reaffirms its mission: to be the preferred real estate platform for agencies and Internet users in Luxembourg by giving them access to a platform capable of meeting each of their needs. This new site and this new app cater to user experience and mobile device accessibility. People looking for real estate in Luxembourg and its border regions can now access new features, thanks to a fully synchronised platform across all their devices.

ArcelorMittal Decarb startups call for projects

ArcelorMittal has launched its search for the best companies and brightest ideas focused on breakthrough technologies which hold the potential to accelerate the decarbonisation of the steel industry. Breakthrough technology startups worldwide are invited to submit applications to compete for investment from ArcelorMittal's XCarb Innovation Fund, which aims to invest up to USD 100 million annually in such transformative technologies, and access to ArcelorMittal's advice and expertise in innovation, research and development, technology

commercialisation and business mentorship.

Aligned with ArcelorMittal's purpose, 'Smarter steels for people and planet', the XCarb Innovation Fund invests in companies with the potential to accelerate the transition to low, and ultimately zero, carbon emissions steelmaking, enabling them to develop more quickly and achieve the scale needed for their technologies to become commercially viable.

This year, finalists will be invited to pitch their ideas at an accelerator day event for the chance to secure investment support from the fund to scale up their pioneering projects and help drive progress towards a lower emissions future.

StreamTeam Stress-free streaming for B2B events

StreamTeam has launched an all-inclusive streaming service for corporate events. The demand for live streaming, especially for small events, is enormous. Unfortunately, many companies shy away from the complexity and especially the high costs of a professional live streaming. This is where StreamTeam Luxembourg, by the specialists of the virtual & hybrid event platform Boothted, comes in. At www.streamteam.lu, all-inclusive streaming services are offered specifically for small to medium-sized corporate events. Each package includes an individual consultation and a team that takes care of the stream at the customer's location with professional equipment. The goal is to relieve the customer of as much work as possible, to deliver a highly professional quality and still offer reasonable prices.



— KODEHYVE —

New e-signature platform in the real estate sector

Together with the real estate chamber (*Chambre Immobilière*) and LuxTrust, kodehyve has launched a new standardised e-signature platform specifically tailored to the real estate sector in Luxembourg, powered by Amazon Web Services. With the product release, the technology venture and its partners are enabling all relevant stakeholders in the market to sign legal documents within a fully compliant and secure online platform.

Launched in early 2020, kodehyve aims to accelerate the development of commercial and residential real estate projects by improving collaboration between numerous participants in the market. After successfully raising EUR 1m in seed financing in the spring of 2021 and offering its data-driven infrastructure to a growing number of clients, kodehyve has reached a new milestone in the development of its sector-specific suite of digital tools: the launch of an e-signature platform that is set to become the industry standard for reviewing, editing, and signing legally binding documents in the Luxembourgish market.

Based on extensive customer research, kodehyve has identified e-signatures and the digital handling of legal documents in a compliant way to be two of the most pressing needs among real estate professionals. In partnership with the Real Estate Chamber of Luxembourg (*Chambre Immobilière du Grand-Duché de Luxembourg*, CIGDL), kodehyve has therefore developed an e-signature platform that caters to the particular needs of property developers, agencies, architectural and engineering firms, end-customers, and subcontractors alike.

One of the key elements that differentiates the newly launched solution from existing e-signature platforms is the possibility for users to use predefined documents that are approved and legally certified by CIGDL. Kodehyve's e-signature platform for the real estate sector ensures full compliance under existing European Union (EU) laws, adhering to the 'electronic Identification, Authentication, and Trust Services' (eIDAS) regulation for electronic signatures and transactions in the EU internal market. —



À vos côtés, de la création à la transmission de votre entreprise



Reposez-vous sur une équipe pluridisciplinaire capable d'apporter les bonnes réponses à chaque étape du cycle de l'entreprise. Activités bancaires courantes, financements, placements ou encore transmission, découvrez nos solutions sur www.bil.com/entreprises ou contactez votre Responsable de relation BIL.



— METAFORM ARCHITECTS/
KRÄIZBIERG FOUNDATION —

Award winning espresso cup extraordinaire

Metaform Architects has released a espresso cup designed to protect the integrity of the rich aromatic froth that crowns the perfect espresso coffee.

Möbino espresso cup takes the shape of a Möbius strip – a single continuous surface that symbolises infinity. This ceramic surface is twisted into an eternal curve to allow coffee to slide along its edge and into the base of the cup in one unbroken swirl. Its design was inspired by Metaform's winning entry at Expo 2020 Dubai and embodies the same dynamic qualities expressed in the pavilion. Made in Luxembourg by Ateliers Kräizbi-erg – a cooperative company dedicated to the professional and social inclusion of people with disabilities – all of the proceeds of Möbino will go directly to the Kräizbi-erg Foundation to support its ambition of providing skills and opportunities for disabled people to thrive in society. —

■ More info: metaform.lu & kraizbi-erg.lu



— LUXAVIATION —

Literary tribute to private aviation

Luxaviation, one of the world's largest private aircraft operators headquartered in Luxembourg, announces the publication of their illustrated book, 'The Luxury of Private Aviation'.

The elegant book is available online and in bookstores and contains 150 photos and insights from Jana App-Sandering, Chief of Client Service at Luxaviation. It is the only book on private aviation available to date, providing a rare glimpse of VIP clientele over the decades. Published by teNeues Verlag, the volume also tells the story of Belgian entrepreneur André Ganshof van der Meersch (1927-2003), who launched Europe's first private aviation company in 1964, Abelag Aviation, now a keystone of Luxaviation Group. —



— FOYER —

Digital accessibility for all

Foyer has launched improved accessibility for its digital platforms, making the information on its websites and mobile applications accessible to everyone, regardless of their physical or intellectual abilities.

While public sector organisations are already legally obliged to make their websites compliant, Foyer is taking the lead and becoming one of the first private sector companies in Luxembourg to adopt digital accessibility.

The goal of the approach is simple: to make the services accessible, robust, coherent, and easy to use for a maximum number of people, regardless of their physical or intellectual abilities.

Where public sector organisations are already constrained by a legal obligation to comply (28 May 2019 law on accessibility of websites and mobile applications of public sector organisations), Foyer is also extending its user-centric approach to remove the environmental and social barriers that make disability what it is today. Starting in 2020, Foyer's 'Pôle UX' began working on updating its designs to incorporate this notion. At the beginning of 2021, a new version of the Foyer Design System was published.

Today, in its approach as a socially responsible company, the group's executive committee has thus approved the project to better support the digital accessibility of the public website (www.foyer.lu), the customer connected space, as well as the MyFoyer mobile application. —

— ACCENTURE —

New sustainable shared office space

Accenture Luxembourg has welcomed employees into a new shared office space in the Galileo building in Findel, with exceptional views and able to meet the needs of employees.



The new office space enables employees to be healthy and productive, regardless of where they work, even in the pandemic era. The induction of the new workplace also marks the merging of the two Accenture Luxembourg offices, with its acquisition of Orbium (part of Accenture Wealth Management). The recent new colleagues from Linkbynet (Data Essential in Luxembourg) who have their office in Capellen, will be welcome and regular visitors. Relocating to the Galileo building in Findel was a conscientious decision from Accenture Luxembourg, as the district is expected to become one of Luxembourg's most innovative future business

sites. This was an important factor in the decision to relocate. Soon, employees will witness the creation of the new 'Airport City' called Skypark Business Centre South. The site is expected to become the reference point in sustainable business spaces and will also include shops, restaurants, a fitness centre, and kindergarten facilities.

Furthermore, moving into the Galileo building embodies Accenture's environmental and social responsibility standards by adhering to the latest sustainability norms with a Level B Energy Pass, solar panels, rainwater recuperation and smart waste management. —

— FINOLOGEE —

Five years of growth leads to expansion

The Luxembourg FinTech specialist Finologiee has celebrated its 5th anniversary and officially inaugurated its new office space. The ceremony took place in the presence of Prime Minister Xavier Bettel, who cut the ribbon to the company's new meeting room and co-working floor, together with the three company founders Raoul Mulheims, Georges Berscheid and Jonathan Prince.

Finologiee is a fast-growing digital finance company that develops and runs robust, ready-made, and compliant platforms serving the financial industry. Its products help Luxembourg banks, insurance companies and fund industry players with their compliance, mobile and professional payments, KYC (Know Your Customer) processes, and telecom messaging needs.

Incorporated in 2017, Finologiee serves more than 100 banks, institutions and corporate clients and has developed six product lines to support the financial industry's quest for optimisation and innovation. It is a regulated company with an IT provider and financial data communications licence from the Luxembourg Minister of Finance ('Support PFS') and it is also ISO/IEC 27001 certified.

Today, the Finologiee team consists of 40 experts with 18 different nationalities. The growing team is just one of the reasons why Finologiee's founders decided to invest in an additional floor for its offices at the headquarters in Leudelange. The new space, especially the event room, will be used in the future for internal and external workshops, customer and partner events and team meetings.

Before the official opening, the Prime Minister met with the Finologiee team and toured the offices. Staff members presented him with the latest product, ENPAY, a platform for professional payments and multi-bank account access – 'the Digidash for business payments'. On this occasion, Prime Minister Bettel also tested a new feature of the platform that allows its users to screen payment beneficiaries against international blacklists and sanction lists. The ENPAY product initiative was launched under a joint funding agreement with the Luxembourg Government that was signed in 2020. —



Photos: Finologiee, Cargolux, B Medical Systems



Cargolux/Bolloré Logistics New sustainable fuel deal

Cargolux and long-term partner Bolloré Logistics have signed an agreement for the use of Sustainable Aviation Fuel (SAF) in joint operations. The deal, covering 800,000 litres of SAF, forms part of the Cargolux SAF programme. This initiative will enable Bolloré Logistics to reduce its Scope 3 Greenhouse Gas Emissions by at least 2,200 tonnes of CO₂e, a reflection of both parties' commitment to sustainable operations. This agreement builds on the foundations for cleaner operations. Sustainability is a crucial focus for air cargo and Cargolux is engaged in the industry's commitment to more environmentally sound operations.

Wealins 30 years of peace of mind

This June, the Luxembourg life insurance company Wealins brought together nearly 300 partners and all of its employees at its premises in Leudelange to celebrate its 30th anniversary.

Wealins is recognised for its expertise in the development of innovative cross-border life insurance and capitalisation solutions and by placing collaboration, excellence and innovation at the heart of its development strategy, the company has established itself as one of the leading insurance companies operating under the Freedom to Provide Services (FPS) from Luxembourg.

Mixvoip New LAN platform

Mixvoip, specialist for IT services and business telephony has announced a new co-managed LAN platform that makes network management more flexible and efficient. Based on Huawei's SDN platform iMaster NCE hosted in the certified Tier IV data centres in Luxembourg, the co-managed LAN solution from Mixvoip guarantees the highest levels of security and availability. Mixvoip's new co-managed LAN solution is an integrated cloud platform that allows IT teams to manage all devices connected to the network from one central point. The improved reactivity improves network availability and reduces management costs.

B Medical Systems/ Etihad Cargo MOU for new refrigeration devices

Etihad Cargo, the cargo and logistics arm of Etihad Aviation Group, has entered into a memorandum of understanding (MOU) with Luxembourg-based manufacturer and global distributor of medical refrigeration devices, B Medical Systems. The MOU, which was announced during the BIO International Convention in San Diego, USA, in June, will see Etihad Cargo partner with B Medical Systems to develop and launch an airline-specific passive temperature-controlled solution for the transportation of life-saving drugs, vaccines and high-value pharmaceuticals.

Etihad Cargo will collaborate with B Medical Systems to develop more sustainable temperature-controlled container units that work on a passive cooling technology. The units will retain temperatures from -80 to 25 degrees Celsius for up to five days without requiring an external power source, with load capabilities ranging from two to 1,500 litres.



Institutional News



Nancy Thomas
Director,
IMS Luxembourg

« Un défi important pour les prochaines années sera de travailler sur le vivre ensemble. »

Pourquoi la diversité est-elle un aspect important de la RSE ?

Dans les entreprises, l'enjeu de la diversité consiste à faire en sorte que chaque personne dispose de possibilités d'emploi et de carrière en lien avec ses compétences et aspirations, en respectant et considérant ses caractéristiques individuelles. La diversité se trouve dans le pilier PEOPLE de la RSE, je ne connais aucune entreprise qui puisse être performante sans ressources humaines, d'où la grande importance d'y travailler.

Qu'est-ce qui a le plus changé en 10 ans ?

Depuis le lancement de la Charte de la Diversité en septembre 2012, ce qui a vraiment changé est que la gestion de la diversité est devenue une vraie préoccupation des organisations.

La sensibilisation fait toujours partie de notre stratégie, mais dorénavant les débats sont plus pointus. Nous continuons à travailler ou à outiller les organisations signataires pour les aider à briser les stéréotypes et les tabous.

Dès le lancement de la Charte nous avons voulu mesurer les actions mises en place pour les organisations signataires. Les entreprises accordent plus d'importance à certains critères, nous le voyons dans leur agenda. Malgré ces avancées majeures, il reste encore beaucoup de chemin à faire !

Quels sont les prochains défis pour le futur de la diversité ?

Un défi important pour les prochaines années sera de travailler sur le vivre ensemble. En effet au-delà du travail par critères, nous devons pouvoir faire en sorte que les organisations soient inclusives et puissent intégrer tous types de profils quels qu'ils soient. Les organisations peuvent aussi jouer un rôle plus engagé, et être moteur aussi dans des changements sociaux, sociétaux et cela ne s'est pas encore beaucoup vu à Luxembourg. Ensemble avec toutes les organisations signataires, si la volonté est là nous pouvons travailler à une société plus inclusive et plus durable.

— IMS —

La Charte de la Diversité a 10 ans

Le 18 mai 2022, la Charte de la Diversité Lëtzebuerg a célébré 10 années d'existence et a accueilli 21 nouvelles entreprises signataires, ce qui porte désormais le nombre d'organisations engagées en matière de diversité et d'inclusion à 251.

En une décennie, la Charte de la Diversité Lëtzebuerg a fait évoluer les mentalités dans les entreprises. La croissance des demandes de souscription témoigne de la volonté des entreprises d'agir pour créer des lieux de travail plus inclusifs. La Charte est officiellement signée par le CEO des entreprises, ce qui est une excellente façon de montrer l'exemple. Cet engagement implique de prendre en compte de nombreux paramètres et de sensibiliser l'ensemble du personnel. La tâche n'est pas facile mais des solutions existent quelle que soit la taille de l'entreprise. Il y a quelques années, les entreprises ne s'intéressaient qu'à quelques sujets relatifs à la diversité ; aujourd'hui, elles envisagent l'inclusion dans son ensemble.

C'est ce qu'a souligné Corinne Cahen, ministre de la Famille, de l'Intégration et à la Grande Région, marraine de la Charte de la Diversité Lëtzebuerg, dans

son intervention : *« La Charte de la Diversité apporte tellement de positif ; cela nous permet de sensibiliser et montrer à quel point nous sommes plus forts quand on fait preuve de diversité. Faire en sorte que chacun et chacune soit sur un pied d'égalité et trouve sa place dans la société est essentiel. »* et elle a rappelé par ailleurs que la charte fonctionne comme un réseau de bonnes pratiques : *« Si quelque chose fonctionne quelque part, inspirez-vous-en, copiez-le, ce n'est plus l'école ».*

Pour l'occasion, IMS avait organisé un échange avec Ouissem Belgacem (au centre sur la photo) ancien footballeur, qui a livré un témoignage poignant sur son parcours d'enfant des cités promis à une carrière sportive au plus haut niveau avant que la répression de l'homosexualité dans le sport et dans sa religion ne vienne contrarier son rêve. —



— ODL —

60 ans d'existence et de nouveaux murs

L'Office du Ducroire (ODL) a inauguré ses nouveaux locaux le 16 mai 2022 en présence de Yuriko Backes, ministre des Finances. Une jolie manière de marquer les 60 ans d'existence de cet établissement public créé en 1961.

L'ODL a pour mission d'accompagner les entreprises luxembourgeoises, quelle que soit leur taille, dans le développement de leurs projets commerciaux à l'international. Il assure les risques de résiliation et de non-paiement (politique et commercial) dans le cadre de transactions à l'exportation. Les contrats à l'importation et les risques liés aux investissements des entreprises luxembourgeoises à l'étranger sont également couverts. Outre ces solutions d'assurance-crédit avec garantie de l'État, l'ODL gère également depuis bientôt 20 ans, via le Comité pour la promotion des exportations luxembourgeoises (Copel), les aides financières liées aux activités promotionnelles à l'international des entreprises luxembourgeoises exportatrices. Une loi de 2019 a modernisé l'ODL, qui a pu adapter ses produits aux besoins générés par la globalisation du commerce extérieur. Il s'est vu doter d'une nouvelle structure (conseil d'administration, personnel propre et direction disposant d'un pouvoir de décisions). Le Copel a quant à lui été intégré à part entière à l'ODL. Depuis le début de la pandémie de Covid 19, l'ODL a permis aux sociétés luxembourgeoises actives à l'international de conserver une situation financière et économique stable. —

— NYUKO —

Accompagnement online

nyuko, expert dans l'accompagnement à la pré-crédation d'entreprise au Luxembourg, lance deux nouveaux programmes à destination des futurs entrepreneurs.



Photos : Headway/Unsplash, clc

— DIGITAL LEARNING HUB —

Un espace innovant pour se former autrement

Le ministre de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse (Menje), Claude Meisch, a lancé le lundi 16 mai 2022 le *Digital Learning Hub* (DLH), installé dans le bâtiment Terres Rouges à Belval.

Cette nouvelle structure de formation professionnelle continue offre à un public hétérogène un enseignement attrayant et des cursus très recherchés par les entreprises. Son fleuron n'est autre que la filière luxembourgeoise de l'école 42, un concept unique venu de France, et mondialement reconnu pour sa formation d'excellence en informatique, fondée sur une pédagogie différente et innovante. Cette entité sera chargée de l'enseignement du *coding*. Trois autres entités composent le DLH, l'une consacrée à la cybersécurité, une autre à la *blockchain* et une dernière au *design thinking*. D'autres pourront venir par la suite enrichir le catalogue du DLH. Depuis plusieurs années, le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse centre ses efforts sur les compétences du 21^e siècle, les 5 C : la pensée critique, la créativité, la communication, la collaboration et le *coding*. Ces compétences sont au cœur de l'esprit du DLH, qui met les apprenants et les besoins propres à chacun au centre de ses formations, les préparant ainsi à trouver leur place dans l'économie digitale d'aujourd'hui et de demain, que ce soit par l'*upskilling* (amélioration des compétences) ou le *reskilling* (reconversion professionnelle). —

« Les besoins des entrepreneurs évoluent. Ils sont vraiment demandeurs de formation en ligne. Cela leur permet d'avancer comme et quand ils le souhaitent. Nous nous y sommes adaptés. », explique Lucile Barberet, directrice de nyuko. nyuko a donc élaboré deux parcours de formation en ligne, sous forme de MOOCs, permettant à chacun d'avancer à son propre rythme. Parallèlement, chacun peut être accompagné individuellement. Le programme *newcomer* a été élaboré pour aider les porteurs de projet à explorer leurs options et à structurer leurs interrogations. Le programme *business plan* répond quant à lui aux besoins de ceux qui sont déjà avancés dans la structuration de leur projet. Il détaille chaque partie d'un *business plan* : rédactionnelle, chiffrée et annexe. —

■ Plus d'informations : <https://nyuko.lu/programmes/>



clc

Changement de présidence

Le mardi 31 mai 2022, la clc a tenu son assemblée générale ordinaire et a présenté sa nouvelle présidente, Carole Muller, CEO des boulangeries Fischer. Le président sortant, Fernand Ernster, a en effet expliqué que la clc est engagée depuis plusieurs années dans un processus de modernisation, dans le but de toujours mieux servir ses membres. Après 8 années de présidence, il a souhaité céder sa place au nom du renouvellement. De son côté, Carole Muller a remercié le conseil d'administration pour sa confiance et s'est dite consciente des défis futurs : « La clc nécessite une gouvernance déterminée pour faire face aux crises actuelles et aux problèmes structurels qui touchent lourdement les secteurs du commerce, du transport et des services ». —

CET/CID/CNFL

Langage inclusif

Comment faire pour rédiger un texte à la fois inclusif et lisible ? C'est une question que beaucoup de gens se posent. Le Centre pour l'égalité de traitement (CET), le Centre d'Information et de documentation – *Fraen an Gender* (CID) et le Conseil national des femmes du Luxembourg (CNFL) se sont associés pour élaborer un guide donnant des réponses à cette question. Celui-ci ne se limite pas au masculin et au féminin, mais considère toutes les identités de genre en respectant l'auto-perception sexuée/genrée des personnes. Le but du guide n'est pas d'imposer une seule manière d'écrire de façon inclusive, mais de proposer des approches intuitives aux personnes qui ne savent pas comment s'y prendre.

■ Plus d'informations : <https://cet.lu/inclusif/>

ILNAS

Parution du rapport *Technical Standardization*

Dans le cadre de la stratégie normative nationale 2020-2030, l'ILNAS a publié son nouveau rapport *Technical Standardization: addressing Cloud Computing challenges and supporting related ICT development*. Ce dernier donne un aperçu des concepts du *Cloud Computing* et de ses défis majeurs tels que la sécurité, la transparence, l'interopérabilité et la portabilité, puis se concentre sur le rôle de la normalisation technique dans le développement de la technologie. Il introduit les comités techniques de normalisation en lien avec le *Cloud Computing* et donne des exemples de normes répondant aux défis identifiés. Le document explique ensuite les liens entre le *Cloud Computing* et d'autres Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) comme l'Intelligence Artificielle, l'*Internet of Things*, le génie logiciel, etc., et identifie des normes facilitant l'essor de ces technologies interconnectées.

OAI

Un bulletin en édition spéciale

Après 86 bulletins l'Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils (OAI) s'est donné le temps de préparer un nouveau magazine en parallèle de son site www.oai.lu, de sa newsletter bien fournie, de ses séances d'information et de ses réseaux sociaux. Cette édition spéciale court sur 2 années (2020 et 2021) et propose une large rétrospective du travail de l'Ordre (participation à la procédure législative, entrevues avec les instances publiques en charge du cadre de vie...) et des nombreuses manifestations (Bauhärepräis OAI 2020, tables rondes politiques...). Un focus a également été mis sur le 30^e anniversaire de l'OAI célébré en 2020, et qui constitue une occasion idéale de revenir sur le développement de l'Ordre depuis sa constitution en 1990 suite à la loi du 13 décembre 1989.

— EXPO UNIVERSELLE OSAKA 2025 —

Le concept *Doki-Doki Lux - The Luxembourg Multiverse* grand gagnant!

Début juin, le ministre de l'Économie, Franz Fayot, a annoncé le résultat des délibérations du jury quant à la réalisation du pavillon luxembourgeois.



En présence du président du jury, Mathias Fritsch, architecte-associé chez Beiler François Fritsch, et de Arnaud de Meyer, architecte urbaniste et partenaire du bureau SteinmetzDeMeyer, André Hansen, commissaire général du pavillon, et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, tous représentant le futur GIE Luxembourg@Expo2025Osaka, Franz Fayot a annoncé que le concept développé par le cabinet d'architectes SteinmetzDeMeyer, en collaboration avec le scénographe Jangled Nerves, a été retenu par le jury. Ce projet répond pleinement au cahier des charges en matière de circularité des matériaux, de durabilité et de respect des ressources. Le pavillon a été imaginé autour du concept *Doki-Doki Lux - The Luxembourg Multiverse*. Et l'architecte de préciser: «Au Japon, 'doki-doki' décrit le bruit que fait le cœur quand il bat. Il est utilisé pour exprimer l'enthousiasme et l'excitation, tout comme l'énergie et la passion. Le 'Multiverse' du Luxembourg est global. Il est universel et unique, individuel et collectif, illimité et connecté, ouvert et uni. Toutes les facettes du 'Multiverse' luxembourgeois sont créées et alimentées par trois sources: son inventivité, ses habitants et son territoire. Et il est toujours doki-doki – excitant, vibrant et vivant!». Carlo Thelen a rappelé qu'en tant que partenaire au sein du GIE, la Chambre de Commerce s'engage à verser une contribution de 2,35 millions euros en numéraire et 650.000 euros en industrie au capital du GIE. Programmée du 13 avril au 13 octobre 2025, l'Exposition universelle se tiendra sur l'île artificielle de Yumeshima, sur le front de mer d'Osaka et aura pour thème *Concevoir la société du futur, imaginer notre vie de demain*. —

— MINISTÈRE DE LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS / HORESCA LUXEMBOURG —

Le guide de bonnes pratiques d'hygiène mis à jour

La nouvelle édition mise à jour du guide de bonnes pratiques d'hygiène pour les entreprises du secteur Horeca vient de paraître.

À l'occasion de la Journée internationale de la sécurité sanitaire des aliments, la fédération Horesca, en présence de la ministre de la Protection des consommateurs, Paulette Lenert, a présenté la mise à jour de son guide de bonnes pratiques d'hygiène alimentaire pour les entreprises du secteur des hôtels, restaurants et cafés au Luxembourg. Cette mise à jour tient compte des nouvelles évolutions technologiques et réglementaires et permet aux exploitants des établissements Horeca d'ajuster leurs méthodes de travail au niveau actuel des connaissances afin d'assurer aux consommateurs le niveau le plus élevé possible de protection en matière de sécurité alimentaire. La première version du guide de bonnes pratiques d'hygiène pour

ces entreprises avait été élaborée en 2014. La nouvelle mouture du guide de bonnes pratiques d'hygiène alimentaire tient compte des dernières évolutions et permet aux membres du secteur de s'y adapter pour garantir un niveau de protection élevé des consommateurs. La fédération Horesca souligne ainsi sa volonté de prendre ses responsabilités en matière de sécurité alimentaire. Le guide a été avisé favorablement par les services de contrôle alimentaire et validé par la ministre de la Protection des consommateurs. —

luxembourg internet-days

November 15 & 16, 2022
Network Security & Resilience
Tackling (D)DoS Challenges

A LU-CIX event - back in physical @ Luxembourg Chamber of Commerce



Information and free online registration at
www.luxembourg-internet-days.com

— LABEL EUREWELCOME —

16 nouvelles récompenses

La plaquette du label *EureWelcome* a été remise aux événements ou établissements méritants en présence du ministre du Tourisme, Lex Delles.

Le label *EureWelcome*, qui est attribué par la Direction générale du tourisme en collaboration avec le Centre national d'Info-Handicap, est décerné aux établissements ou événements touristiques en reconnaissance de leurs efforts en matière d'accessibilité et d'hospitalité. Cette approche se base sur le concept du *Design for all*, visant à répondre aux besoins de tous les visiteurs, y compris les visiteurs en situation de handicap, les personnes âgées et les familles avec enfants. Afin de promouvoir davantage ce concept, la Direction générale du tourisme a récemment publié de nouvelles illustrations qui soulignent l'inclusion du secteur du tourisme. 16 établissements ou événements ayant répondu avec succès aux critères du label se sont ainsi vu remettre leur plaque: le Scout Center Badboeschelchen; la Brasserie & Ecolodges Péitche Lauer (photo); la Brasserie Camping's Stuff; Fun um Glacis 2021 Ville de Luxembourg; le Stade de Luxembourg, les Gares Dudelange-Centre, CFL Schifflange, CFL Dudelange-Burange, l'Hôtel Saint-Nicolas&Spa; les Winetours, les WC accessible Glacis; la Kulturfabrik Esch-sur-Alzette; le Camping La Pinède; l'Auberge de jeunesse Echternach; INNSiDE by Meliá Luxembourg et Port de Schwebsange. Le label *EureWelcome* est actuellement détenu par 179 infrastructures d'hébergements, sites culturels et musées, gares et événements. Les établissements labélisés sont également listés sur le site Internet www.eurewelcome.lu, avec pour chacun d'entre eux le détail de l'offre. —



— FONDATION ALPHONSE WEICKER / BGL BNP PARIBAS —

Remise du Prix du progrès économique durable

Le Prix, remis à Bamolux, doté d'un montant de 10.000 euros, contribue à confirmer et renforcer la stratégie RSE des entreprises.



La Fondation Alphonse Weicker et BGL BNP Paribas, en collaboration avec l'Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises (INDR) et l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL), ont remis le Prix du progrès économique durable 2021 à la société Bamolux. Le Prix du progrès économique durable récompense une entreprise ayant démontré de manière exemplaire sa contribution au développement durable moyennant une stratégie RSE qui tient compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux. L'entreprise Shime a été désignée lauréate du Prix de BGL BNP Paribas, doté de 2.500 euros. —

— MINISTÈRE DES CLASSES MOYENNES —

Nouveau droit d'établissement, stimulateur de l'esprit d'entreprise

Cette réforme du droit d'établissement vise à moderniser le droit d'établissement afin de créer un cadre juridique moderne, susceptible de stimuler l'esprit d'entreprise.

Pour atteindre cet objectif, le nouveau droit d'établissement prévoit quatre mesures principales. Premièrement, le principe de seconde chance suite à une faillite est mis en œuvre. La réforme facilitera le droit d'entamer une activité une seconde fois avec une nouvelle autorisation d'établissement suite à une faillite en cas de malchance ou de mauvaise gestion. Deuxièmement, l'accès à certaines professions artisanales est simplifié. L'obligation de qualification sera supprimée pour certaines activités reprises dans une nouvelle liste C. La réforme prend ainsi en considération les nouvelles réalités de certains métiers, dont les exigences ont évolué, notamment dans le contexte de la digitalisation. Troisièmement, la transmission d'entreprise est facilitée. Un salarié ayant occupé un poste dans une entreprise depuis trois ans – contre dix ans auparavant – pourra reprendre l'autorisation d'établissement avant l'acquisition des qualifications professionnelles dans un délai de cinq ans. La réforme facilite ainsi considérablement la transmission d'entreprise, qui gagne en importance au Luxembourg puisqu'il est estimé qu'un tiers des entreprises changera de main au cours des 10 prochaines années. Quatrièmement, les démarches administratives sont

simplifiées. L'autorisation d'établissement sous forme de code-barre en deux dimensions permettra pour sa part à la Direction générale des classes moyennes de modifier directement les informations inscrites dans l'autorisation d'établissement et offre l'avantage de mettre à jour les informations relatives à l'autorisation d'établissement au bénéfice du consommateur. La réforme du droit d'établissement prévoit aussi un échange des données entre la Direction générale des classes moyennes et toutes autres administrations ou autorités concernées, telles que le gestionnaire du Registre de commerce et des sociétés, l'Administration de l'enregistrement, des domaines et de la TVA ou le Centre commun de la sécurité sociale. Des autorisations spécifiques seront mises en place pour certaines activités commerciales (vente de voitures et de biens de grande valeur). L'encadrement de la location de courte durée figure également parmi les objectifs de la réforme du droit d'établissement. Le projet de loi permet également aux consommateurs d'avoir un accès en temps réel aux informations relatives aux qualifications professionnelles et à la validité de l'autorisation d'établissement d'une entreprise. —

UN ACCIDENT DU TRAVAIL PEUT ÊTRE...

des employés traumatisés

une équipe culpabilisée

du matériel endommagé

un arrêt de travail indéterminé

la fin d'une carrière

du retard dans le projet

ÉVITÉ!

Ensemble, grâce à une culture de prévention.

**VISION
ZERO**
RISQUES
ACCIDENTS
MORTS

Adhérez à la **VISIONZERO.lu**

Sécurité-Santé au travail. **Tous concernés!**





FilmFund Récompensées à Annecy

Le 18 juin 2022, le Festival International du Film d'Animation d'Annecy a sacré 3 coproductions luxembourgeoises : *Le Petit Nicolas, Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux?* a remporté le Cristal du Long-Métrage; *My Love Affair is a Marriage* et *Saules aveugles, femme endormie* sont repartis chacun avec une Mention du Jury. Ces 3 nouvelles récompenses honorent tout le secteur de l'animation du Luxembourg. Le Marché International du Film d'Animation (MIFA) qui se déroulait au même moment a rassemblé des professionnels de 106 pays. Le Luxembourg y était présent pour la 21^e fois, avec un stand de promotion regroupant 15 sociétés, l'association ALPA/XR et des représentants du *Lëtzebuurger Filmfong*.

Adem Stratégie 2025

Face aux nombreux défis du marché de l'emploi, l'ADEM s'est dotée d'une stratégie 2025 qui porte sur le développement durable du marché de l'emploi et la modernisation cohérente du fonctionnement de l'Agence (infrastructures et outils digitaux). Par exemple, pour répondre aux besoins immédiats des employeurs, promouvoir le marché de l'emploi luxembourgeois et attirer des talents de l'étranger, un projet pilote vient d'être lancé : la plateforme *Work-in-Luxembourg.lu*, qui cible l'attraction de talents sur les secteurs en forte pénurie de main-d'œuvre. Cette initiative a été récemment récompensée par ELA (*European Labour Authority*) comme meilleur produit de communication au sein du réseau EURES.

■ Le rapport annuel 2021 complet peut être téléchargé sur : www.adem.lu

— MELUXINA —

1^{er} anniversaire du superordinateur

Il y a un an, le Luxembourg a complété son écosystème numérique avec la mise en service du calculateur haute performance MeluXina, hébergé dans le centre de données de LuxConnect à Bissen.

MeluXina est utilisé dans le cadre de la recherche, mais également par les entreprises pour leurs projets d'innovation dans des champs d'application aussi variés que la simulation météorologique, l'analyse du climat, la conception automobile et aéronautique, la production d'énergie, la médecine ou encore l'analyse financière. Les 23 salariés de LuxProvide sont en charge de l'exploitation de MeluXina. Afin de faciliter l'accès au calculateur haute performance (ainsi que pour guider et accompagner les entreprises, Luxinnovation, l'Université du Luxembourg et LuxProvide gèrent conjointement le Centre national de compétences en calcul de haute performance. Celui-ci fonctionne comme un guichet unique pour les entreprises en proposant un accompagnement personnalisé et une expertise technique pour mettre en place des projets HPC (*High Performance Computing*), surtout pour les entreprises ayant des compétences limitées dans ce domaine. Pour son premier anniversaire, MeluXina a reçu la visite de S.A.R. le Grand-Duc héritier et du ministre de l'Économie, Franz Fayot. Deux entreprises ont témoigné de leur utilisation du superordinateur. SES l'utilise pour optimiser la performance de ses satellites et RSS-Hydro fait appel au supercalculateur pour des simulations d'inondation à très haute résolution.

Avec ses 18 pétaflops de puissance maximale, MeluXina se classe parmi les 50 meilleurs calculateurs haute performance au monde. —



— LIST/GOODYEAR —

Les pneus du futur

Au cours des six dernières années, le Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) et Goodyear ont construit la plus grande collaboration public-privé en matière de recherche à ce jour au Luxembourg.

Le LIST et Goodyear ont déjà atteint une multitude d'objectifs impressionnants : 13 réalisations dans le domaine de la science des données, 15 développements de nouveaux matériaux, 91 capacités analytiques innovantes menant à 94 publications, 17 secrets de fabrication et 13 brevets. Ces réalisations ont été mises en œuvre dans les opérations quotidiennes de Goodyear ainsi que du LIST dans divers domaines de leur travail. Au-delà de ces résultats scientifiques, le LIST et Goodyear ont tous deux recruté quatre chercheurs permanents pour soutenir ce travail.

Le 15 juin 2022, lors de l'événement *Tech Day 2022* du LIST, les deux parties ont confirmé leur volonté de travailler davantage ensemble avec la signature d'un nouveau *Memorandum of Understanding* qui couvre deux piliers principaux : la science des données et le développement de matériaux. Le développement de produits virtuels, la numérisation des processus et l'intelligence des pneus seront des domaines de recherche spécifiques dans la catégorie de la science des données. La prochaine génération de pneus pneumatiques et non pneumatiques ainsi que leur recyclage en fin de vie seront les domaines principaux du développement des matériaux et de la caractérisation. —





— HORESCA —

Souvenirs et célébration

Le 14 juin 2022, la Fédération nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers du Grand-Duché (Horesca) a célébré son cinquantième anniversaire au Cercle Cité, à Luxembourg-ville, en présence de S.A.R. le Grand-Duc Henri. À cette occasion un livre édité spécialement a été présenté.

L'HORESCA a été créée en septembre 1970. Une célébration pour commémorer son cinquantenaire, était prévue en 2020, mais à cause de la crise sanitaire, il a fallu reporter l'événement. Le 14 juin 2022, le président de l'HORESCA, Alain Rix a accueilli S.A.R. le Grand-Duc Henri ainsi que des représentants du Gouvernement pour fêter dignement l'anniversaire de la fédération.

L'HORESCA est un secteur important de l'économie luxembourgeoise. Avec près de 3.000 entreprises et 20.000 salariés, il réalise plus de 6% du PIB et est confiant pour son avenir même si les entreprises se relèvent d'une crise sanitaire qui a été très difficile, qui a montré l'importance pour les hôtels, restaurants et cafés du pays d'être représentés par une association qui défend leurs intérêts.

L'origine de la fédération remonte en fait à il y a plus de 100 ans. Avant 1970, trois fédérations existaient, à commencer par le Syndicat des

aubergistes et cafetiers organisés à Luxembourg (Sacol), qui a créé l'école hôtelière de Diekirch et l'a gérée pendant 2 ans. Il a aussi créé la société de la foire, précurseur de l'actuelle LUXEXPO THE BOX. Au cours de l'histoire un groupe dissident s'était détaché du Sacol pour créer Hocarel. Ensuite, venait une troisième fédération, dénommée Horest. Les trois organisations étaient souvent divisées ce qui affaiblissait le travail de représentation du secteur. Elles ont finalement décidé de s'unir et le 16 septembre 1970, se sont dissolues pour créer HORESCA. Le président d'Hocarel, Roger Scholtes est devenu directeur et le président du Sacol, Andy Felten est devenu secrétaire général. Afin de garder en mémoire cet instant ainsi que de nombreux autres moments importants, l'HORESCA a édité un livre sur l'histoire de la fédération et du secteur. Cette publication, envoyée à toutes les entreprises du secteur, peut être téléchargée sur www.horesca.lu. —



Chambre de Commerce L'année 2021 en chiffres

Le rapport annuel 2021 de la Chambre de Commerce vient de paraître. Si la crise sanitaire qui frappe le monde depuis la fin du premier trimestre 2020 a continué d'engendrer des répercussions importantes sur l'économie, le tissu entrepreneurial a pu compter une nouvelle fois sur sa pleine et entière mobilisation. Outre les importantes ressources mobilisées pour aider les entreprises à lutter contre les conséquences de la crise sanitaire, la Chambre de Commerce a pu s'engager en 2021 sur de nombreux autres fronts. Les résultats concrets présentés dans son rapport annuel démontrent qu'elle a assuré ses missions grâce à la flexibilité et à l'engagement de ses membres élus et de ses équipes.

■ Plus d'informations : www.cc.lu/toute-linformation/publications

Enseignement Deux nouveaux BTS

À partir de la rentrée 2022/2023, l'offre de BTS (brevet de technicien supérieur) sera enrichie de deux nouvelles formations, accréditées par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche : *Finance et Produits financiers* proposée par l'École de commerce et de gestion – *School of Business and Management (ECG)*, et *Building Information Modeling* au Lycée Josy Barthel Mamer (LJBM). Il s'agit de formations d'enseignement supérieur à finalité professionnelle, alliant enseignement théorique et stages pratiques en entreprises. Les programmes d'études sont élaborés en étroite collaboration avec les milieux professionnels concernés. Les études, d'une durée de deux ans en principe, sont organisées en modules et validées en crédits ECTS. Elles débouchent sur un diplôme national d'enseignement supérieur.

— JONK ENTREPRENEUREN LUXEMBOURG —

My First Entreprise, 5^e édition

La nouvelle édition de la finale du programme *My First Entreprise* a vu s'affronter 65 équipes provenant de 12 lycées.

Pendant 10 semaines, les équipes composées de 3 à 4 élèves, ont disposé d'un capital de départ de 40 euros et ont essayé de le faire fructifier au travers d'une activité d'achat-vente de petits produits, d'un service offert ou d'une activité de production. Les élèves ont également pu profiter de formations en *Business Management* administrées par des experts. L'objectif du programme est de développer des compétences entrepreneuriales auprès des jeunes, de leur laisser effectuer les premiers pas dans la gestion d'entreprise en leur permettant de travailler en groupe, de gérer un réel projet, d'être en contact avec des fournisseurs et consommateurs et de les préparer pour des futurs projets. Un prix a été remis aux 3 meilleures équipes : Cake Factory (1^{er} prix) ; Glasspainting.lu (2^e prix) et Glamour Resine (3^e prix) et une mention spéciale à l'équipe Boozai. —



Chambre de Commerce L'apprentissage: « it's Win Win »!

La campagne de promotion de l'apprentissage winwin.lu créée par la Chambre de Commerce en 2016, présente trois nouvelles professions. Comme pour l'ensemble des campagnes menées par l'institution il s'agit d'informer et de valoriser la formation professionnelle initiale auprès du public et des parties prenantes. Le portail www.winwin.lu (en français et allemand), fonctionne lui comme porte d'entrée dans l'univers de l'apprentissage et propose deux espaces de

navigation pour le candidat à l'apprentissage et pour l'entreprise formatrice. Une réorganisation partielle de la structure du site et une refonte graphique complète dans la lignée de la nouvelle campagne ont été finalisées. La nouvelle brochure globale dédiée à l'apprentissage peut être téléchargée sur le site winwin.lu. Egalement sur : www.facebook.com/winwin-apprentissage et [Instagram@winwin_ccluxembourg](https://www.instagram.com/winwin_ccluxembourg).

— FONDS KIRCHBERG —

Le pôle d'échange Serra inauguré

Entamé en 2016, ce projet pilote imaginé par le Fonds d'urbanisation et d'aménagement du Plateau Kirchberg a voulu relever le défi d'ériger une nouvelle entrée vers la ville de Luxembourg.

La ville de Luxembourg représente le principal centre économique du Grand-Duché avec ses quartiers périphériques primordiaux. Situé en pleine ceinture suburbaine, le quartier de Kirchberg est une des destinations principales sur l'ensemble du territoire de la capitale. Dans son rôle unique en tant que pôle d'échange multimodal, le pôle d'échange Serra accueille toutes les voies de transport comme le tram, le bus, le vélo et l'automobile. La gare routière des autobus RGTR et AVL, opérationnelle depuis début 2018, a marqué une première étape importante vers les objectifs à atteindre. Les frontaliers ainsi que les voyageurs en provenance du reste du pays sont à même de continuer leur trajet avec un moyen de transport urbain, notamment le tram qui s'arrête juste en face de la structure. En mai 2021, le Park & Ride Gernsback, construit au-dessus de la gare routière, a ouvert ses portes au public. Ce parking automobile à l'entrée du Kirchberg s'étend sur cinq étages et dispose de bornes de recharge pour véhicules électriques et d'emplacements réservés aux voitures *Car Sharing* de CFL Flex. Exploité par Indigo Park Luxembourg, l'infrastructure est accessible 24/24h, 7/7j au stationnement de courte

et de longue durée. L'interconnexion offerte par le pôle d'échange Serra servira ainsi de modèle pour la mobilité à l'échelle nationale amenée à devoir faire face à une population croissante, tout en réduisant durablement les nuisances d'une surcharge de trafic dans les agglomérations. L'ensemble de la construction est marqué par une architecture particulière conçue par Steinmetz De Meyer architectes. Il intègre des bureaux et des commerces, la Maison Kaempff-Kohler et le restaurant Subway Fresh Forward, un guichet automatique bancaire S-Bank et une station PackUp de la Post Luxembourg. L'artiste Serge Ecker y a réalisé l'oeuvre d'art *Urban Corals*. —



INFPC Répertoire des organismes de formation 2022

La nouvelle édition du Répertoire des organismes de formation est disponible. Réalisé par l'INFPC, ce guide constitue un outil unique pour mieux connaître l'offre de formation au Luxembourg et favoriser la montée en compétences des salariés au sein de l'entreprise ou des individus. Il est dédié aux professionnels de la formation, de l'emploi et de l'orientation. Le répertoire 2022, exclusivement disponible en version digitale regroupe 445 organismes de formation agréés, privés, publics, institutionnels et associatifs. Classés par domaine de formation, les



professionnels référencés proposent une offre couvrant tous les secteurs de l'économie luxembourgeoise et les informations essentielles relatives aux organismes de formation actifs au Luxembourg avec une mise à jour dynamique selon l'évolution de l'offre de formation.

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

— FORMATION PROFESSIONNELLE —

Nouveautés pour la rentrée 2022/2023

Le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse adapte constamment l'offre scolaire aux besoins des élèves, aux évolutions de la société et aux demandes du marché de l'emploi.

Face aux mutations rapides du monde du travail, le nombre de secteurs et d'emplois qui requièrent des qualifications professionnelles de haut niveau augmente constamment. Grâce à la force d'innovation des lycées, l'Éducation nationale répond à ce défi. Dans l'enseignement secondaire classique où plus de 100 formations différentes sont déjà proposées, une section Entrepreneuriat, finance et marketing fera désormais partie des choix possibles. Du côté de la formation professionnelle, de nouvelles offres répondent aussi aux besoins des secteurs économiques: Éducation (DAP), Électro-technologie (DAP), Tourisme et communication (DT) et Formation Horticole en paysagisme (DT). —



— CAMPRILUX —

Carte routière rééditée

Camprilux, l'association des propriétaires de campings au Grand-Duché de Luxembourg, a lancé une nouvelle édition de sa célèbre carte routière.

L'association a délibérément opté pour une nouvelle édition imprimée, la carte routière étant un outil de marketing important qui permet d'atteindre de nombreux clients potentiels. Elle est en effet volontiers conservée et a une durée de vie plus longue qu'un prospectus traditionnel ou qu'une publication numérique. Elle permet d'avoir une vue d'ensemble rapide et de localiser facilement les établissements membres, qui sont répartis sur tout le territoire luxembourgeois. Quelque 50.000 nouvelles cartes seront distribuées gratuitement lors de salons touristiques à l'étranger, par mailing et à des endroits stratégiques. Les personnes intéressées peuvent également commander gratuitement la carte sur www.camping.lu. —



— CNFPC —

Préparer les compétences du futur

Afin de répondre aux défis de la double transition numérique et écologique, le Centre National de Formation Professionnelle Continue (CNFPC) modernise son offre de formation en se positionnant sur l'industrie du futur et la transition écologique.

Dans le domaine des *Essential skills*, le CNFPC propose d'acquérir des compétences relationnelles ainsi que les compétences de base numériques pour les salariés qui doivent se préparer à l'ère digitale.

Pour l'industrie 4.0, l'organisme s'est doté d'un *Learning & Experience Lab (LXL)*, qui prend la forme d'une usine modèle montrant les technologies dans le domaine de l'automatisation, de l'efficacité énergétique et du *Lean Manufacturing*. Pour accompagner le développement du KNX (*protocole d'automatismes pour le bâtiment, nldr*), le CNFPC a choisi de se spécialiser et de s'équiper dans le domaine du *smart home* pour dispenser les compétences nécessaires pour maîtriser les consommations énergétiques des bâtiments et assurer leur sécurité par le biais de l'Internet des objets. Le CNFPC a récemment été certifié «Centre de formation *KNX Partner*».

Enfin, le CNFPC a intégré dans son offre des formations qui permettent de s'initier aux concepts, théories et stratégies en matière d'économie circulaire et de découvrir des exemples concrets de projets actuels. De plus, il offre des formations en digitalisation durable, visant à acquérir des gestes simples, applicable au quotidien, afin de réduire son empreinte énergétique. —

— CMCM —

Un siège flambant neuf

La Caisse Médico-Complémentaire Mutualiste (CMCM), première complémentaire-santé du Luxembourg, qui couvre aujourd'hui plus de 280.000 personnes, a inauguré son nouveau bâtiment et siège social, rue de Hollerich à Luxembourg.



Dans le cadre de son développement, la CMCM a investi dans la construction d'un bâtiment, à quelques mètres de son ancien siège, afin d'y accueillir ses membres et employés dont le nombre ne cesse de croître et leur offrir un environnement plus accueillant ainsi qu'un accès facile aux transports publics. Ce nouvel immeuble, situé à côté du futur site de la Caisse nationale de santé au sein de la Cité de la sécurité sociale, accueille depuis septembre 2021 les 70 collaborateurs et les membres de la complémentaire-santé. Il est déjà surnommé «Maison de la Mutualité», puisqu'il héberge également la

Fédération Nationale de la Mutualité Luxembourgeoise (FNML) et les deux mutuelles CGPM (Caisse Générale de Prévoyance Mutualiste) et CDM (Caisse de Décès Mutualiste).

Il offre une réception aérée, des parloirs séparés permettant la discrétion, ainsi qu'un parking avec bornes de recharge pour voitures électriques. Les collaborateurs y bénéficient en outre d'un service de conciergerie et d'une cuisine équipée-caféteria. Construit en 3 ans et demi, le bâtiment de 6 étages compte 86 panneaux photovoltaïques pour couvrir une partie de ses besoins en énergie. —

2022 Cloud Awards Cloud innovation awarded

The winners of the Luxembourg Cloud Awards 2022 were announced in May during the Golden-i Gala – a physical event hosted at PwC Luxembourg. The Cloud Innovation Project award aims to celebrate excellence and innovation in the scope of cloud-based 'solutions-as-a-service'. Recognition is given to a project where Cloud solutions are transforming the agility of the business. Three projects were distinguished: Advanzia Bank, for the 'Omni-Channel UX: Accelerating Business Growth Through Cloud' project, implementing a scalable cloud-native digital platform providing unified, omni-channel touchpoints for customers across Europe; Clearstream, for the 'Clearstream Data Layer' project, implementing a new infrastructure for big data handling; and Husky Technologies, for the 'Advantage+Elite We Call You' project, providing new service 24/7 based on a cloud platform that monitors, reacts, and adapts to maintain performance. Husky Technologies won the project of the year award.

Restena 30 years for .lu!

In April 1992, the Restena Foundation, then known as the Restena research project, was delegated the management of the '.lu' top-level domain name, thus strengthening Luxembourg's presence on the internet. 30 years later, .lu is managed and operated by the Restena Foundation and today, with more than 110,000 .lu registered domain names and a steady rate of 1,000 to 2,000 new registrations per month for more than a decade, the .lu registry has reached its cruising speed. Over the past several years, Restena has sought to increase the security of the infrastructure. Both Resource Public Key Infrastructure (RPKI) and Domain Name System Security Extensions (DNSSEC) are operational, improving internet routing security and protecting the .lu DNS (Domain Name System) zone. One of the future challenges will be to further pursue cybersecurity.

— LIST/DAHER —

Partnership for new thermoplastic welding technology

French multinational Daher has established a partnership with the Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) for a welding technology for thermoplastic composites.



Signed at the JEC World trade show in Paris, the three-year bilateral agreement will focus on an infrared welding technology suitable for thick parts with large dimensions, to be used in high volume manufacturing and providing high reproducibility as well as excellent quality.

'Bringing together the new welding technology with automated assembly of aircraft substructures is an enabler that will open the full potential of thermoplastic composites for aviation,' explained Cedric Eloy, the Deputy Chief Technology Officer at Daher.

Thermoplastic composites are increasingly used in the aerospace industry because of their lightweight properties, strength and resistance, and the capability to be welded. In addition to enhancing aviation sustainability by lowering an aircraft's weight for reduced fuel consumption, thermoplastic composites also require less energy to produce and they can be recycled.

Applying this technology will expand the welding solutions for thermoplastic composites offered by Daher and KVE Composites – a Dutch company specialising in the design, manufacture and assembly of high-performance thermoplastic composites. KVE Composites was acquired by Daher in 2019, and it currently has a qualified induction welding solution for aerospace applications.

The newly signed partnership will benefit from the expertise of Daher as a designer and manufacturer of aircraft aerostructures, as well as LIST's know-how in material science and process development. —

— LUXINNOVATION/MECO —

Circular by Design Challenge 2022

The Circular by Design Challenge award ceremony was held this April with Minister Franz Fayot in attendance. Launched by the Luxembourg Creative Industries Cluster, and managed by Luxinnovation, with the support of the Ministry of the Economy, this initiative aims at stimulating design solutions in line with the principles of the circular economy.

From January to March, 12 startups and established designers participated in the 12-week coaching programme to develop their ideas and turn them into a concrete economic reality.

In his opening speech, Minister Franz Fayot noted, *'the success of the pilot edition launched in 2020 proved that the concept was appreciated and the participating creatives developed some really impressive ideas. This year's edition, extended to creatives from all over Europe, allows us to build an even bigger pool of ideas that our partner companies can rely on. These are ideas that will benefit the Luxembourg economy and, hopefully, the broader European ecosystem.'*

Six winners were awarded:

- Katia Vladimirova (Fashion Design category) for Well Rounded (Switzerland; circular underwear brand).
- Harry Edelman (Mobility/Industry 4.0 category) for Greenpixel (Finland; green roof solutions).

- Estelle Flammang and Julia Gregor (Sustainable Cities category) for on.perfekt (Luxembourg; use of local, non-standard vegetables for producing baby food).

- Timothy Tan and Marion Delaporte (Luxembourg – Let's make it happen category) for RF:Cocoon (Luxembourg; transformation of discarded fiberglass cylinders into light pieces, tested, upcycled, designed, crafted and built specifically in Luxembourg).

Each winner was awarded a prize of EUR 7,000 from the Ministry of the Economy, participation in a four week virtual international accelerator programme provided by US accelerator gener8tor, and six months of free access to co-working office space. —

— MINISTRY OF THE ECONOMY —

Assessing Luxembourg's startup ecosystem

The Ministry of the Economy has launched a strategic initiative aimed at assessing the Luxembourg startup ecosystem in order to identify further steps to bring the ecosystem towards a next level of development over the upcoming years.

The Luxembourg startup ecosystem has been rising continuously over the past decade. In its latest mapping, Luxinnovation, Luxembourg's national innovation agency, identified more than 500 startups active in developing and offering innovative digital and data driven solutions, mostly in economic diversification. Luxembourg has an established history of empowering innovators, entrepreneurs, and investors to implement their vision and contribute to economic diversity through regional and globally competitive enterprises. Given Luxembourg's central position in the European single market, highly advanced legislative and regulatory frameworks, and competitive digital infrastructure, the startup ecosystem attracts innovative professionals and startup companies from all over the world. In order to gain a more granular view of

the Luxembourg startup ecosystem and its international positioning, an assessment and benchmarking began in May of this year. This assessment and benchmarking will provide a thorough qualitative and quantitative understanding of the Luxembourg startup ecosystem, based on data analysis, information gathered from the startup community and interviews with key stakeholders. The study will provide relevant comparisons with international peers, highlighting potential future development opportunities as well as ecosystem success factor strengths and gaps. Startup Genome, a leading research and policy advisory organisation specialised in the analysis of startup ecosystems, was chosen to carry out this assessment and benchmarking in close collaboration with the dedicated team at the Ministry of the Economy and at Luxinnovation. —



— MECO/LUXINNOVATION —

Makeover for Luxinnovation's 'Fit 4' innovation programmes

The 'Fit 4' performance programmes, which offer companies the opportunity to benefit from advice from specialised experts and public subsidies in order to improve the overall performance of their activities linked to innovation, sustainability and digital transformation, have been reshaped.

Franz Fayot, Minister of the Economy, and Sasha Baillie, CEO of national innovation agency Luxinnovation, presented the makeover of the programmes. This complete review of the 'Fit 4' programmes has been done in order to even better respond to the specific needs of companies working in a constantly changing environment. It is in line with various European and national strategies for digitalisation and sustainability. 'It is essential to as much as possible take into account the challenges of digital transformation and sustainable development', explained Minister Fayot. 'By reorganising the 'Fit 4' programmes around the three pillars

of digitalisation, innovation and sustainability, Luxinnovation is optimising its key positioning on these major themes and further developing its added value'.

Given the success of 'Fit 4 Digital' with companies, an analysis will be made as to whether areas such as cybersecurity and artificial intelligence should be added to the range of adapted digital solutions implemented in the context of this programme in order to enable companies to gain in competitiveness.

The 'Fit 4 Innovation' programme enables companies to improve their operational performance. In the medium term, this programme will be enriched to support

companies in their transition to new business models, and companies in the health technologies sector to understand medical regulatory expectations that govern the marketing of their products.

A new programme, 'Fit 4 Sustainability', will be launched immediately. This programme is aimed at enabling companies of all sizes to make all of their activities more sustainable. Its scope covers actions to reduce carbon footprint, develop the use of renewable energies, optimise the use of energy, implement circular approaches according to the 4R principles (reduce, reuse, repair, recycle), reduce the use of resources and minimise waste production.

'Assessments will be done of companies interested in this programme. They will result in implementation roadmaps and cost estimates. Companies will then be able to benefit from a reimbursement of between 50% and 70% of the costs incurred as part of the implementation. Projects launched within this context are also likely to be eligible for additional public aid provided by the Ministry of the Economy', explained Sasha Baillie, CEO of Luxinnovation.

This reshaping of the 'Fit 4' programmes does not include the 'Fit 4 Start' acceleration programme, which continues to support startups in their development. —

Cover Story

Luxembourg's homegrown tourism



Innovating from the roots up

TEXT Hannah Ekberg

Luxembourg is considered the green heart of Europe and for good reason. Tucked between the Eifel Forest to the northeast, the Vosges mountains to the southeast and the Ardennes mountains to the southwest, Luxembourg is famous for its rain that creates a lush ecosystem entirely unique in Europe. Happily, this has long been recognised and safeguarded. Although much of the land is agricultural, several large-scale parks, including two that are part of UNESCO's network, offer further recognition and resources for this green treasure located at a pivotal cultural, linguistic, and geographical crossroads in Europe making it a world-class tourist destination.

———— The tourism industry has long been rooted in the unique natural and historical features of Luxembourg, in particular: nature, culture, castles. The Ministry of the Economy's strategic framework for the development of the sector, 'Tourism Strategy 2022' (*Tourisme 2022 – Un cadre stratégique pour le développement du secteur*), which was published in the beginning of 2018, highlighted the principal tourist attractions at that time as: guided visits of Luxembourg; the children's animal park, *Parc Merveilleux*, in Bettembourg; Château de Vianden; the UNESCO Casemate fortifications in Luxembourg City; the Mullerthal trail (now part of the Mullerthal UNESCO Geopark); and the Contemporary Art Museum of Luxembourg (Mudam) in Luxembourg City. The timing for this strategic framework could not have been better as it was able to serve as a guide when crisis struck just two years later with the onset of the Covid-19 pandemic.

Like most everywhere else in the world, at the height of the pandemic when lockdowns made travel impossible, tourism came to a grinding halt. Fortunately, while travel outside the country was not possible, after the initial strict lockdowns, many locals began exploring Luxembourg. The tourism industry stepped up to meet these new demands with homegrown innovations. Yet there was no need to reinvent the wheel. Luxembourg's tourist attractions are deeply rooted in the

rich history and natural ecosystems already thriving in the country. Today, the tourism industry is building back one day at a time to serve locals and guests from abroad.

Numbers demonstrate that if reservations in hotels, campgrounds and visits overall dropped in 2020 due to Covid related restrictions both in Luxembourg and elsewhere, the first results from the national statistics institute (STATEC) for 2021 saw an increase in demand compared to 2020. That said, there has not been a return to the 2019 pre-pandemic numbers. Concerning campgrounds specifically, they had similar numbers in both 2021 and 2020, which highlight their popularity in the country: neither the pandemic nor the devastating flooding in July 2021, which impacted several campgrounds given their prime locations next to waterways, kept avid campers away (see interview on p. 40; Success Story, p. 94).

In the summer of 2020, the government launched the Restart Tourism campaign to help the tourism sector. They announced financial aid in the form of a tourism fund; a focus on a more regional clientele and market given positive feedback in surveys from locals regarding their country; promotion of Luxembourg as a first-choice, first-class tourist destination – not a plan B – with the 'Lëtzebuerg - Dat ass Vakanz!' campaign that also included EUR 50 accommodation

vouchers for residents and cross-border workers, as well as games and competitions via social media, for example; acceleration of the digital transition of the sector; and boost-investments in the sector, thanks to the tools established to strengthen quality local offerings, innovation and creativity to stay competitive.

Summer 2021 saw another edition of 'Lëtzebuerg - Dat ass Vakanz!', with the addition of seven new initiatives. The first was 'Luxembourg Sky Swing', a virtual reality tour of Luxembourg created by Mathias Keune's startup Vizz (see Starting Blocks, p.74). Next on the list was 'LetzBingo', online photo and video competitions for adults and children. 'Vélosummer' was another initiative that encouraged cyclists to head out, by closing the roads to motorised traffic for a span of several weeks in July and August. And to help out tourists on the move, *Movewecarry.lu* was introduced to transport luggage for both cyclists and hikers – drop it off in the morning, and it will be delivered that evening. In 2021, they transported 1,018 pieces of luggage for free through their partnership with Voyages Emile Weber. Still active in 2022, there is now a charge of EUR 12 per piece of luggage and per transfer. The 'Guide For One Day' initiative offered volunteers the opportunity to become guides, an ingenious idea for those eager to share their knowledge, especially given the overall popularity of guided visits in Luxembourg. And finally, a new tourism award was also introduced to encourage stakeholders across the sector to step up and innovate: the Luxembourg Tourism Awards (*tourismawards.lu*).



A well-established sector in constant development

Due to the importance of the tourism sector for Luxembourg, pre-pandemic versions of tourism awards have also been held. In 2007, the national tourism office (*Office National du Tourisme*, ONT, now Luxembourg for Tourism, LFT) announced a call for projects to create an award to encourage innovation in the tourism sector during Luxembourg's European Capital of Culture year in 2007 (see Blast from the Past, p. 107). DEXIA and BIL banks partnered with media giant Groupe Saint Paul and the ONT to create a cash-prize innovation award. In 2018, the Ministry of the Economy launched the Tourism Innovation Award as part of the "Tourism 2022" strategy. This award offered significant financial compensation and support from Luxinnovation to establish new projects in the tourism sector.

The 2021 Luxembourg Tourism Awards were awarded by the Ministry of the Economy's General Directorate for Tourism and gave special attention to innovation during the pandemic, which saw an increased need for fresh ideas and offerings in the sector, whether or not awarded and labelled.

Another opportunity in Luxembourg for receiving a label that sets a business apart, is the EcoLabel Lux. Although the green transition has a lot of press today due to the upcoming deadline for the UN's 2030 Agenda for Sustainable Development, Luxembourg has a history of prioritising the environment, including in the tourism sector. EcoLabel Lux has helped tourists make eco-friendly choices since 1999. The label is awarded by the Ministry of the Economy to promote sustainable accommodation in the tourism sector in Luxembourg and requires meeting sustainability criteria for environmental management; energy; water; waste; and purchasing. Several partners help make the label possible, including the Ministry of the Environment, Climate and Sustainable Development, and it is managed by Oekozenner Pafendall, Luxembourg City's eco hub.

In addition to the environment, another area that co-exists within the tourism sector is business events. In 2019, the Ministry of the Economy and the City of Luxembourg founded the Luxembourg Convention Bureau, which operates as Business Events Luxembourg, less than a year before the onset of the pandemic. Aiming to showcase Luxembourg as an ideal location for tourism

and business meetings, they are working to build back and further expand this sector of tourism for Luxembourg as a European business hub.

So how else has the industry stepped up for home-grown innovation? Let's look at what's new and what's on the way in communities across the Grand Duchy.

Five distinct regions

The Grand-Duchy of Luxembourg is split into five tourist regions, each with its own Regional Tourist Office and all overseen by the mother organisation: Luxembourg for Tourism. In the north is the Eislek; in the central eastern part of the country is the Mullerthal; in the southeast is the Moselle; in the southwest, the Minett, also known as the Red Rocks region, and in the central western part of the country: Gutland and the capital, Luxembourg City. Each region has many assets and has developed a tourist offering inspired by their specific identities and resources at hand.

The Eislek

Looking first at the Eislek Region in the north



01



02

of Luxembourg one can say that, overall, it is a haven for nature and water lovers. The Upper Sûre Lake in the southeastern part of the Eislek is just one treasure for water lovers in particular and a prime example of how human intervention can change a region with spectacular results. Located in the Upper Sûre Natural Park, the lake is a 380 hectare reservoir created in 1961 by damming the Sûre river. The reservoir now provides drinking water, electricity and leisure activities to much of Luxembourg. During the warm months, the beaches dotted around the lake are full of people. Guests come to enjoy the water, which is rated excellent quality, sunshine, barbecues, and hiking around the lake, which is nestled in verdant evergreen forestland that some say resembles Canada or Scandinavia but is pure Luxembourg.

To the satisfaction of those looking for peace and quiet as well as eco-warriors, activities on the lake must be human, wind, or sun powered: activities with engines are not authorised. There is one exception that is in a league of its own. Decades ahead of its time in terms of eco-innovations, a solar powered boat has been giving tours on the lake since 2001 – all while keeping damage to the Eislek Region’s eco-system to a minimum.

01. 02. Luxembourg is often referred to as the green heart of Europe and visitors come from far and wide to enjoy the extraordinary historical and natural vistas, culture, and *art de vivre*.

© 01: estivillml
02: Wolfgang Staadt



Sandy Rischette
Head of Digital Management,
Luxembourg for Tourism

‘To launch the application, the challenge was to establish a new national open-source tourism database.’

As Head of Digital at Luxembourg for Tourism, you have seen big changes in a short amount of time during the pandemic. In June 2020, Minister for Tourism Lex Delles announced the ‘Restart Tourism’ plan, which promised a digital strategy with new technology and tools for visitors. In July 2021, the Visit Luxembourg app was released and as of June 2022, the app has been downloaded more than 42,000 times. What was the biggest challenge for you in this time?

The app was one of the bigger projects that we launched during the pandemic as we needed a contactless solution that could also recommend the best activities to each user. To launch the app, the challenge was to establish a new national open-source tourism database. This was already planned before the pandemic as it is the heart of every digital project we are working on. Besides the database, we had to digitise our LuxembourgCard, and connect some external platforms, such as Outdoor Active or Echo for example, which were needed for an all-in-one app. We had to complete the subprojects in a very short time to create an app in just three months with a very small yet motivated team.

Part of the digital plans for 2022 include launching a B2B platform. Tell us more!

The future B2B platform will provide a space where the press, tour operators and our national partners can find everything they need. May it be market research data, our newsletter, ‘Perspectives’, or stories about Luxembourg that could inspire journalists, but also tour operators. The platform will also house the Tourism Academy, which will offer online courses about digital transformation to tourism stakeholders. In the future, the Academy will include workshops offered by select partners. A private zone only accessible by login is also planned. This project is still in the concept phase.

What are the next steps for digital at Luxembourg for Tourism?

Earlier this year, we launched the new www.visitluxembourg.com portal. The platform was designed to optimise systems, processes, services and information flows, creating smoother navigation routes. The next step is the integration of regional websites in the portal. We are continuously improving the features in our database, as it is quickly becoming a prime source for our partners to use on their digital platforms. The VisitLuxembourg app is updated regularly with new functionalities. Gamification and integration of AR are just some ideas that we have in mind for the future. As we work on national digital solutions, partner management and promoting awareness are a significant part of our work.



Ed and Paula van Boom
Managers and Owners,
Café High Chapparral,
Camping Le Moulin

'We experience some flooding every winter. But last July... the water rose two metres in some places. This is nature.'

Originally from Amsterdam, you've been in the Eislek Region in Luxembourg for 26 years! In addition to the Le Moulin Campground, you run the High Chapparral Café in a former mill on the Sûre river. With an extensive riverside garden deck, you are a legendary biker establishment serving up signature BBQ ribs to visitors from England, Holland, Belgium, Germany... who come to enjoy Luxembourg's hospitality and terrain. How did the pandemic impact your business?

Corona times shut us down. The café did takeaway for three days only, up to 250 orders per day. Our narrow village street in Heiderscheidergrund was packed with people. They were happy to see friends and it was impossible to enforce social distancing so we had to shut down completely.

What have been the biggest changes to your business since the start of the pandemic?

We used the time to do work that we had been planning for years but couldn't manage during the quieter winter months and it was fantastic! We rebuilt the café deck. We installed 7 km of internet cable – all of the cabins have their own Internet now. We built several more pod-style cabins. When we reopened, we had more guests – a huge amount from Luxembourg with their accommodation vouchers from the government and that was great.

You are located on the Sûre River. How did the floods from July 2021 impact you? Have you made any changes to prepare for future flooding? Did the government help out?

The company in charge of the dams in Esch-sur-Sûre called us in advance. They said, the water is coming, we have to open the dam, we will do it tomorrow. The Esch-sur-Sûre municipality offered to help us prepare but we had all the help we needed and were also able to help the elderly in our village who couldn't manage. We moved campers to higher ground and put our riverside cabins up on concrete blocks – fifteen total. In the end, they opened the dam that night! Some stubborn campers in campervans did not want to move. They said, we're from Belgium, we're not afraid of the rain. At one point, I (Ed) had to get in a campervan and drive it out myself with the occupant asleep inside! We experience some flooding every winter. But last July, there was 90 cubic metres of water per second coming through the dam. The water rose two metres in some places. We haven't been in touch with the government. We have our own machinery and so far can manage on our own. This is nature.



'Camping is rooted in the culture in Luxembourg and there are high-quality campgrounds throughout the country, often in premium locations.'

03. 04. The Eislek region in the north of Luxembourg is a haven for nature and water lovers. The Upper Sûre Lake provides drinking water, electricity and leisure activities to much of Luxembourg and visitors are increasing annually.

© 03: Visit Éislek
04: LFT / Thomas Linkel

05. Luxembourg is home to a thriving camping culture that has seen changes in accommodation styles in recent years with the advent of 'pods' and other unique structures. Many campgrounds also have prime real estate near cultural and natural points of interest, including rivers and lakes. They prepare for higher water by constructing on stilts.

© Hannah Ekberg

Originally obtained from Switzerland, via its oldest nature conservation organisation, Pro Natura, which also supplied two solar powered boats for a Swiss boat tour operator in the 1990s, this innovation shows what the future can bring to transportation and tourism. Who doesn't remember the clean air of the first Covid-19 pandemic lockdowns and rumours of the water in Venice's canals running clean because motorised boat activity had stopped? Now just a memory, the tourism industry worldwide could take a page or two from the regulations at Upper Sûre Natural Park for the benefit of all.

The pandemic also saw the beaches at Upper Sûre Lake continue to draw crowds. To manage the situation, blockades were installed at the beach entrances around the lake and an online reservation system was set up. In 2020, visitors needed to reserve for the weekends, and in 2021, every day of the week, via the region's website or app. In 2022, new infrastructure, such as parking barricades and machines to automate paid parking, has been installed at some points around lake. The first weekend heatwave of the season, in late June 2022, saw the



03



04



05

06. Anatura Luxembourg, Belgian construction company Lamy Group's new hotel-resort complex at Weiswampach Lakes in the north of the country, will offer guests a range of activities, from the opportunity to rest and recharge in a natural setting, to water skiing and ziplining. The project came about as part of the Tourism 2022 strategic framework for the development of the tourism sector in Luxembourg.

© Groupe Lamy



06

number of visitors increase dramatically and traffic become so unmanageable that the police closed down access roads to beaches due to oversaturation.

Yet Upper Sûre Lake is not the only water-lovers destination in the north. In the utmost northern tip of the Eislek and the country overall are the Weiswampach Lakes. The lakes consist of two artificial lakes located just a short distance from each other and known as the upper and lower lake. Until recently, the upper lake has been reserved for fishing and the lower lake for swimming, canoeing, and paddle boats, while a campground and family beach bar offered lakeside accommodation and refreshments. In 2018, however, a project was announced to construct a luxury lakeside wellness and leisure hotel complex and conference centre at the lakes. The project aims to boost tourism in the area, given declining popularity of the campground. Lamy Group has undertaken the project and construction is well underway for what will be known as Anatura Luxembourg. The complex will offer a range of activities, so that while some visitors may choose to rest and recharge in a natural setting, yet others will be able to enjoy water skiing and ziplining. The project is also a hotel investment opportunity, and hotel rooms are for sale.

This project came about as part of the Tourism 2022 strategic framework for the

development of the tourism sector in Luxembourg. In 2020, the municipality accepted the project, as well as the Minister for the Environment. However, 60% of locals voted against it and planned legal recourse. In October 2020, with the pandemic still in full swing, construction started on the project. Once finished, the resort complex is forecast to be a great value-add to the community, yet the objections of locals raise an important consideration for the tourism industry that is growing year by year: what is sacrificed for progress?

The Mullerthal

Moving in a clockwise direction around the country, the next region is the Mullerthal in the east. Historically referred to as 'Little Switzerland', this longstanding nickname and term of endearment in Luxembourg is misleading. The Mullerthal boasts an entirely unique, exceptionally verdant eco-system consisting of extraordinary rock formations, sparkling waterways and waterfalls, lush forests, and Luxembourg's oldest town, Echternach, all of which are 100% Luxembourg.

Starting in the northern part of the region, a first point of interest is the area directly surrounding the village of Beaufort where the historic Beaufort Castles grace the landscape with their timeless facades.

For those visiting the area and looking for accommodation, the more down-to-earth place in the area is the Camping Park Beaufort campground. Camping is rooted in the culture in Luxembourg and there are high-quality campgrounds throughout the country, often situated in premium locations near cultural interests or along beautiful waterways.

Located on the doorstep of the village of Beaufort, the Beaufort campground expanded their offering during the pandemic in an unusual way. In the summer of 2021, they added several sustainable pre-fab wooden 'igloo' style cabins to their list of accommodations, for guests looking for something different than tents, cabins and campervans. Alternative-style cabins are becoming more popular at campgrounds across the country and the igloos were not their first attempt at trying something new in this domain. In 2018, they added a selection of wooden tipi shaped accommodation. For this ingenuity, they won the new Luxembourg Tourism Awards 2021 for excellence in the category for camping.

And although these are recent novelties in Luxembourg, they are not the first of their kind on the camping scene in the country. Sustainably oriented 'pods', or compact, prefabricated wooden structures, which are often smaller than cabins, began to appear several years ago. Some campgrounds import them, and some construct their own, from scratch, or, for example, from



Luxembourg Tourism Awards

The Luxembourg Tourism Awards 2021 were launched by the Ministry of the Economy's General Directorate for Tourism to reward diversity and quality in the following categories: hotels; campsites; gîtes, bed & breakfasts, and youth hostels; facilities (museum, playgrounds, adventure parks, etc.); tourist services (valet parking, dog walking, etc.); digital tourism; and gastronomic offerings: hotel/restaurant. Each category receives a prize for excellence and a 'coup de coeur'. The 2021 version gave special attention to projects undertaken during the pandemic.

■ More info: www.tourismawards.lu



Hiking in Luxembourg

Luxembourg has approximately 3,500 km of high-quality trails throughout the country, including the iconic Mullerthal Trail (112 km) in the east and the brand new Minett Trail (90 km) in the south.

The most extensive self-guided hiking trails that traverse all regions of Luxembourg are the '201 Circular Walks' (*Guide Auto-Pédestre Luxembourg; 201 Circuit pédestres*), totalling 1,708,6 km. Signposted and managed by Luxembourg's Ministry of the Economy and their General Directorate for Tourism, they average between 5 km and 10 km – just over 4 km at their shortest and just over 15 km at their longest. A guidebook and website are available to make the experience as easy as a walk in the park.

■ More info: guideautopedestre.lu



07. The Mullerthal Region is home to the Beaufort Castles, just one of Luxembourg's many spectacular castle complexes open to visitors.

© Kristina D.C. Hoepfner

08. Rock climbing is a sport that is growing in popularity around the world, including in Luxembourg where people come from across Europe to climb. Currently, outdoor climbing is only authorised at the site of Wanterbaach near the town of Berdorf in the Mullerthal Region. Plans are in the works to develop further sites that could see Luxembourg become a climbing hub in the Greater Region.

© David Romito

converted garden sheds, not so dissimilar to 'tiny houses'.

Just a short distance from Beaufort, heading southeast, Camping Martbusch campground has several pods. Their structures were imported from a company in England. Camping Martbusch has also earned the EcoLabel Lux.

Camping Martbusch is located on the threshold of the village of Berdorf, tucked half-way between the village and another attraction for those who are fans of outdoor activities: rock climbing. Just half a kilometre away from the campground, the sandstone cliffs of Wanterbaach are tucked into the lush forest that is home to the Mullerthal Trail. Although cliffs can be found all over Luxembourg, Wanterbaach is the only place that is maintained for climbing and where it is legal to climb for those who are a member of an association or club, which, in turn, is affiliated with one of the two international federations: the International

Climbing and Mountaineering Federation (UIAA); or the International Federation of Sport Climbing (IFSC).

This activity too was impacted by Covid-19 and from the first lockdowns in early March 2020, the Luxembourg climbing federation (FLERA) announced that the rocks were closed for climbing, in line with the government announcements in March. The rocks did not open again until May when the rules changed to allow open-air sports that do not require physical contact to take place. FLERA was one of 27 federations that replied to the Ministry with suggestions for practical measures that would allow sports to take place as the first lockdown came to an end. The municipality of Berdorf authorised the reopening of Wanterbaach in May 2020.

In the summer of 2021, FLERA posted a survey on its website asking for people to share information on possible new climbing locations they have scouted around Luxembourg



'We stand on the threshold of expansion and faced with the delicate balance this entails in natural areas.'

and nearly two dozen locations have been identified. Again, we stand on the threshold of expansion and faced with the delicate balance this entails in natural areas.

Farther south in the Mullerthal, in what is considered to be the oldest town in Luxembourg, and certainly was a Roman settlement before being built up around an abbey founded in the 1st century AD, sits the town of Echternach, on the German border, separated only by the Sûre river. Whether a Roman town or an abbey town, both subjects attract many visitors each year but neither attract as many visitors at one time as a certain yearly religious ritual that is unique in the world: the Whit Tuesday hopping procession that occurs at St Willibrord's basilica. Inscribed on the UNESCO list for Intangible Cultural Heritage of Humanity, some years the procession attracts upwards of ten thousand participants, or 'pilgrims', from all over the region and Europe. It is entirely unique in Europe in that the hopping, or dance,

takes the participants directly through the basilica, which, historically, would not have been allowed elsewhere in Christian Europe as dancing in church was forbidden.

Given the popularity of the event, accommodation at that time of year in the area is booked out years in advance. With the Covid-19 pandemic, the procession did not take place in 2020 or 2021 but that does not necessarily mean that there was plenty of available accommodation to go around for visitors. As in many parts of the world, the pandemic triggered a desire for many people to get out of cities and spend time in nature and rural areas and Luxembourg was no exception.

A new development in Echternach this year that will cater to just those desires and help alleviate pressure on other parts of the country is a long-needed fourth natural swimming hole for the Grand Duchy. Lake Echternach, which was created in the 1970s and is part of the park complex

that is home to the Roman museum for the Gallo-Roman Villa of Echternach, has finally passed the requirements to become Luxembourg's fourth natural body of water swimming location. Similar to the hopping procession, the lake can daily draw crowds nearly double the population of the town of Echternach (approx. 5,600) and these numbers will surely increase with the added luxury of access to the water.

As impressive as those number may seem, the lake and the hopping procession are not the only points of interest in the area, and the latter is not the only UNESCO port of call in the Mullerthal Region.

Since 2008, the 112 km Mullerthal Trail has attracted thousands of hikers to the region and even won the 'Leading Quality Trails - Best of Europe' award. The trail goes through the heart of the Mullerthal Region in the east of the country and takes its visitors through lush flora and extraordinary geological formations that make up the *Natur- & Geopark Mëllerdall* park, which means 'valley of the millers' due to the many mills established along the waterways in the region historically. The Geopark's focus is sustainable development, and it takes into consideration social, ecological and environmental issues, always with people at the heart of their considerations, rather than conservation. It is not a protected area but an area where sustainable use of the unique local heritage is promoted. They organise activities, raise awareness and educate both locals and tourists. In April of this year, the *Natur- & Geopark Mëllerdall* was added to the network of UNESCO Global Geoparks.

The Moselle

Just south of the Mullerthal can be found another stunning, watery region: the Moselle Region, situated on the Moselle river, looking across to Germany.

Perhaps most famous for its vineyards and stunning views over the Moselle river, many visitors come to the region to taste the wine



Casper Frydendal
Founder and Co-owner,
Casper's Climbing Shop

'There is beautiful, high quality rock in Luxembourg. At least a thousand people per week come to climb here.'

After living in Chamonix for years, you opened your shop in Mamer in 2013 selling climbing gear and equipment to climbers here in Luxembourg. Similar to Chamonix, climbing in Luxembourg is international. People come from around the world to climb at Berdorf in the Mullerthal Region. How did the pandemic impact climbing here?

The pandemic gave climbing a boost. People are more interested in all outdoor sports now. Just a few years ago, climbing was viewed as a lifestyle, like skateboarding. Now it's an Olympic sport!

How did the pandemic impact your shop?

Part of our business strategy has always been to be internationally competitive, serving all of Europe, and to focus on customer loyalty. Today, unrelated to the pandemic, we are the only climbing shop left in the Greater Region, all others have gone bust. When the pandemic arrived, we already had an online shop. And right before the pandemic, by chance, we received our huge annual shipment of home training equipment from the UK. But once that was sold, we had a hard time with inventory and the impact of the pandemic has been long-term for us. We received some government aid for rent and our local customers bought lots of gift cards for themselves. We also have new online customers in Scandinavia and Eastern Europe. Another source of business during the pandemic has been schools and municipalities who wanted to build or refurbish climbing walls. I could also take on projects because of extra free time – there is a new climbing wall at Park Brill in Mamer! Open since Easter. But I would say we are just starting to grow again now. Thankfully, we didn't have to let any employees go as we are run by business partners.

Currently, Wanterbaach at Berdorf in the Mullerthal Region is the only area authorised for outdoor climbing in Luxembourg. Last summer, the Luxembourg climbing federation (FLERA) launched a survey to scout new rock-climbing areas in Luxembourg. How do you feel about the expansion of climbing in Luxembourg?

There is beautiful, high-quality rock in Luxembourg. At least a thousand people per week come to climb here. Berdorf is under immense pressure because of that traffic so FLERA set up a commission to propose new climbing areas in Luxembourg. Qualified and passionate people are on the commission and the Ministry of Sport and the Ministry of the Environment are involved. There are nearly two dozen sites being considered. I would love to see more climbing areas open in Luxembourg. I know the project is in good hands.



09. Luxembourg has a rich cultural heritage dating back thousands of years. A living trace of one historic tradition can be found in Echternach, Luxembourg's oldest town: the yearly hopping procession occurs every Whit Tuesday at St Willibrord's basilica and is entirely unique in the world. Inscribed on the UNESCO list for Intangible Cultural Heritage of Humanity, the procession attracts upwards of ten thousand pilgrims every year and regional accommodation is fully booked years in advance. It is unique in that the hopping, or dance, takes the participants directly through the basilica, which historically would not have been allowed elsewhere in Christian Europe as dancing in church was forbidden.

© LFT, Peuky Barone Wagener

10. 11. 12. The Mullerthal Region, with its exceptional rock formations and lush gorges, is home to the Mullerthal Trail and *Natur- & Geopark Mëllerdall* park, which, as of this year, is part of the UNESCO Global Geoparks network. More than 3,000 km of world-class hiking trails in Luxembourg traverse every region in the country. Maintaining the trails relies on input from hikers as well as help from foresters.

© Hannah Ekberg

or participate in local wine and harvest festivals, some of which may date back to Roman, or pre-Roman, times.

A new twist on enduring traditions came last year with the 'Wine Lights Enjoy' festival that consists of a nighttime walk through the vineyards offering wine tastings and a light show that lights up the vineyard landscape for kilometres around. The event is held in early December and offers a warm respite to visitors and locals alike during one of the darker periods of the year on the winter solstice that signals the days will finally begin to get longer again and the end-of-year festivities light up the land.

Given the Moselle Region's location overlooking the river, as elsewhere in Luxembourg, the hiking in Moselle is first class, even without a glass of wine in hand, and offers vistas of terrain that is



'The tourism sector is now using innovative methods to enhance experiences for those with physical restrictions thanks to Virtual Reality (VR).'

quite different from the lush forests found further north thanks to the number of vineyards blanketing the hills sloping down to the river. In 2014, three hiking trails in the Moselle Region received a certified Premium Trail label from the German Hiking Institute (*Deutsches Wanderinstitut*). To obtain the label, the trails, known as 'Dream Loops', had to meet 34 criteria containing almost 200 characteristics. The label is protected in Europe since 2011.

The Moselle is also home to the Remerschens ponds and nature reserve. With one pond reserved for fishing, one outfitted with sandy beaches, and others reserved for nature and bird watchers, it too is a haven for nature lovers. By mid-summer, the beaches are packed with families and friends coming for a day out at the water. Although paid entrance has long been established, during the height of the pandemic, like Upper Sûre Lake, they innovated with an advance online reservation system in hourly segments to be able to manage the number of visitors. It is also possible to go wakeboarding at the town of Ehnen's nautical sports club on the Moselle River. Due to its water quality, the Moselle River is not an authorised swimming location in Luxembourg.

Also calling the banks of the Moselle home is the riverside village of Schengen. For most Europeans, Schengen is a household name due to the Schengen Agreement concerning free travel in Europe. For Luxembourg, it is

a point of pride as Schengen is the name of the village in Luxembourg where the agreement was signed on the 'MS Princesse Marie-Astrid' boat in 1985. Since then, the boat found a new name and new life carrying out tours on the Dabube river. However, as of May last year, a new project was announced for the riverside village of Schengen: the MS Princesse Marie-Astrid boat will be brought back home to complement the European Museum in Schengen. It will be docked on the Moselle near the museum and provide an exhibition and performance space. The project aims to be finished by 2025.

The Minett

In the very southeast of the country is the Minett Region, also known as Red Rocks because of the local geology. Industrial activity from the late 19th century through to the 1990s due to the mining in Luxembourg and Lorraine of the iron ore known as 'minette', in both English and French, gave the region its name. The industry in the region has since ceased and winds of change have brought a different dynamic to the area. In this sense, Luxembourg could well serve as a guide to the world for the transitions taking place in former mining regions. Not only have the iron-ore blast furnaces in the town of Esch-Belval been transformed into the City of Science, Research and Innovation and an event centre, within walking distance, a music event centre, Rockhal, has

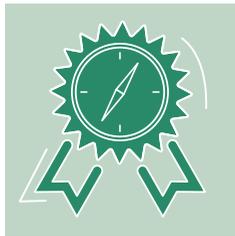


Access for all: EureWelcome Label

The EureWelcome label is earned by enterprises in the tourism sector that meet specific criteria allowing access for visitors with disabilities, the elderly, and children. It is managed by the Ministry of the Economy's General Directorate for Tourism with the Info-Handicap national centre for people with disabilities. In 2022, 16 enterprises received the label. 179 total hold the label in Luxembourg.

The EureWelcome initiative can be found in the Meuse-Rhine Euroregion, Luxembourg and in the administrative districts of Bitburg-Prüm and Daun in Rhineland-Palatinate. The group was created at the Ministerial Conference on Disabilities in 1999 and their work finetuned when the UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities was proclaimed in 2006.

■ More info: www.eurewelcome.lu



New tourism diploma (DT)

In autumn 2022, the EHTL (*École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg*) will launch a new Tourism & Communication technical diploma (*Diplôme De Technicien(ne, DT)*) to meet the needs of the labour market. Specialising in communication and digitalisation, graduates will be passionate about travel, teamwork, languages and customer service, and capable of working in both private or public tourism operators in Luxembourg or abroad.

A full-time four-year diploma, it comprises 28 weeks per academic year, with 10 weeks dedicated to internships, including one in an English speaking country, and requires fluency in French, German and English. Following completion of the diploma, students can continue their studies with an Advanced Technicians' Certificate (*Brevet de Technicien Supérieur, BTS*) and then carry on to obtain a Bachelor's or Master's degree.

■ More info: www.ehtl.lu

13. The Moselle Region is famous for its vineyards and wine tastings but also water sports and boat tours. Last year it was announced that the boat on which the Schengen Agreement was signed in 1985, the MS Princesse Marie-Astrid, would be brought back and docked at Schengen as part of the European Museum in Schengen.

© Denise Hastert

14. The Minett Region in the south of Luxembourg is also known as Red Rocks and is named after the iron ore that was mined there in the past. In 2021, the Minett Trail was inaugurated as part of Esch2022 and traverses the UNESCO Biosphere Reserve.

© ORT Sud / Pulsa Pictures

15. 16. An oasis of child friendly activities, the Minett Region is home to the *Parc Merveilleux* animal park, the *Parc Le'h Adventures* tree and zip-line park, and the new treehouse lodgings, *Escher Bamhaiser*, at the Escher Deierepark animal park.

© 15: Escher Bamhaiser, 16: LFT / Parc Le'h Adventures



also been established and attracts visitors from all over Europe for music concerts.

In October 2020, the Minett also joined UNESCO's Biosphere Reserve within the 'Man and the Biosphere' programme. The timing couldn't have been better, given the restrictions due to the pandemic, as this programme allows for the study of the impact of humankind on nature, and the subsequent resurgence of nature, providing opportunities for outdoor activities, such as hiking and educational workshops for youth on nature conservation and more.

Trailing close behind and traversing the Minett Biosphere Reserve, in 2021, the Minett Trail was opened. A 90 km hiking trail that passes through nature reserves, former mines, and villages in the south of the country, it also features 11 historically, culturally and regionally iconic sites along the way that have been transformed into accommodation, or lodges, for hikers: the '*Kabaisercher*'. As architectural points of interest, each spot was specifically refurbished by an architect who was selected following a call for projects from the Order of Architects and Consulting Engineers (OAI). The trail and sites were initially conceived as part of both the Esch European Capital of Culture (Esch2022) project. The sites are located in the 11 Luxembourg municipalities participating in Esch2022 and among the

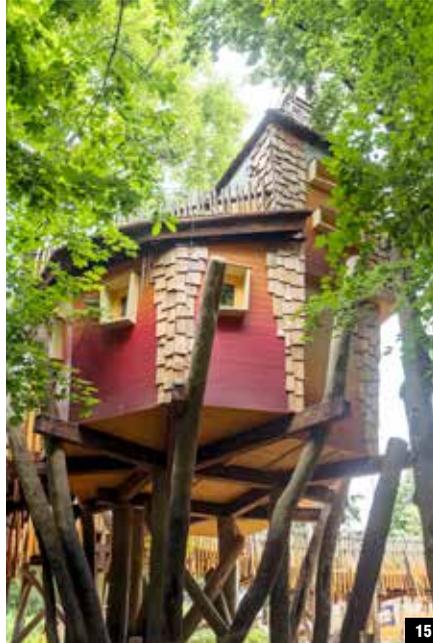
selection is a renovated retired railroad car and administrative house for a mine, as well as a structure *on* a water reservoir and *in* a former water reservoir. As part of the UNESCO Biosphere Reserve, strict environmental and sustainable criteria have been met in both the creation of the trail, and the lodges.

The Minett is also home to several activity parks for the family. One of the most visited sites in Luxembourg is the *Parc Merveilleux* animal park in Bettembourg. The park has been open since May 1957 and despite the pandemic closures, continues to grow and provide learning experiences for residents and visitors from abroad. During the pandemic, some enterprises, including *Parc Merveilleux*, undertook refurbishing of their premises, sometimes with their own sweat, blood, and tears, and sometimes thanks to extra help. In September 2021, a partnership with the power company Sude-nergie saw them able to install a new wooden bridge, accessible by foot and wheelchair, that provides a panoramic view over certain animal enclosures. This year, they also began an educational workshop for children that allows them to follow in the footsteps of animal caretakers and learn the ropes of animal care.

A trio of other adventure parks also calls the region home, specifically in Dudelange: *Parc Le'h Adventures* for zip-line and cable-assisted tree climbing parcours; *Enigma* rooms escape room; and new in 2021: *Ride*



14



15



16

Adventure – extreme adventures on electric scooters with pumped up mountain bike tires for riding in the sun, mud, and snow.

And for a domestic animal park experience, the Escher Déierepark and educational farm is located on the outskirts of the town of Esch-sur-Alzette. In 2018, they expanded with the addition of the Escher Bamhaiser: a café serving local cuisine and providing accommodation in tree houses that can only be described as something from a fairytale... The tree houses are accessible to all, but – despite the push for digitalisation – management remains steadfastly digital-free. As comfortable as any hotel room, there is one exception in terms of usual luxuries: there are no TVs in the rooms, and bookings are only possible via their website, not other online booking platforms. In 2020, at the height of the pandemic, they were booked solid for months in advance. The animal park, the tree houses, and the Esch-sur-Alzette municipality all won Luxembourg Tourism Awards 2021 for the effort they put into these creations, which are also all part of a region's post-industrial transformation following the phasing out of the mining and steel industry.

Guttland

The Guttland Region is in the central western part of the country and just as the eastern regions share a border with Germany and the Minett shares a border with France, the Guttland shares a border with Belgium.

One community in particular feels this relationship and that is the town of Rédange,

which has many cross-border visitors for one very specific attraction: their swimming pool complex. Found throughout all five tourist regions of Luxembourg, swimming pools, spas, and saunas, which have a long-standing tradition in the country similar to other northern countries, never cease to draw guests, even during the pandemic when many had to establish reservation systems after reopening. The offer is vast in Luxembourg and ranges from simple town pools, to luxury spas (see Success Story, p.88).

In Rédange, they have taken measures to make their community pool something to write home about and it is indeed a success story exemplifying the saying, 'build it, and they will come'. In 2018, the Rédange swimming pool complex (*Réidener Schwemm*) began the construction of two new water slides, a double slide for families or couples, and a high speed 'turbo' slide. They were inaugurated less than a year before the pandemic started, just in time to whet the appetites of their clientele, who must have suffered all that much more when the pandemic arrived: in 2019, prior to the pandemic, the clientele numbered 110,000 per annum. The Rédange swimming pool attracts people from the entire surrounding region, including neighbouring Belgium. Ten municipalities (Beckerich, Eil, Grosbous, Préizerdaul, Rambrouch, Redange, Saeul, Useldange, Vichten and Wahl) and the Directorate of Tourism co-financed the project, which came to more than EUR 3 million. Construction took approximately 18 months and included the construction of a new tower to house the stairs to access the water slides.

'Luxembourg could well serve as a guide to the world for the transitions taking place in former mining regions.'

Ever increasing their draw, the Rédange swimming pool complex further introduced a new area for children in July of last year to meet increased demand, and foresees building a competitive pool in a nearby annex. Also new this year, the Rédange swimming pool has introduced a wave pool designed for those who want to try surfing.

It wouldn't go amiss to mention one final project in the Guttland Region that was honoured with a mention by the Luxembourg Tourism Awards, this time in the accommodation arena for a most creative and forward-thinking site: the Péitche Lauer Brasserie and Eco Lodges. The establishment opened in the summer of 2019 on the Attert river and consists of a hotel and restaurant that embody 'slow tourism'. They also offer a digital detox to guests staying in their most unusual rooms: mushroom shaped cabins. The mushrooms were constructed with local wood from Useldange's forests and the entire project used sustainable and Fairtrade products, no plastic, and followed Luxembourg's EcoLabel criteria defined for sustainable tourist accommodation



17

'During the pandemic, some enterprises undertook refurbishing of their premises, sometimes with their own blood, sweat, and tears, and sometimes thanks to extra help.'



by the Ministry of the Economy. As they are located on the Attert river, the mushrooms are also built on stilts to protect them from future flooding, a practice used elsewhere in the world in flood prone areas as well as right at home in Luxembourg (see interview, p. 40). They can accommodate bicycles and have the Bed&Bike label. One of their mushrooms is also wheelchair accessible and they were awarded the EureWelcome label in April of this year for aligning with the 'Design for All' approach and meeting the requirements necessary to be accessible for all (see news, in French, on p. 28 and Infobox on p. 46).

Technology in tourism

With all of the talk about outdoor activities, it bears mentioning that there are members of society who are restricted in their ability to participate in a more active lifestyle, perhaps due to physical limitations, for example the elderly, or those with disabilities. The tourism sector is now using innovative methods to enhance experiences for those with physical restrictions thanks to Virtual Reality (VR). An experience that simulates reality or fantasy, VR uses the help of a headset with an integrated screen for viewing to create an experience.

The headset covers the eyes and provides the user with a view into an alternate reality. The 'Luxembourg Sky Swing' was already part of 'Lëtzebuerg - Dat ass Vakanz!' tourism strategy in 2021 and offered users a unique, and safe from Covid-19, vision of Luxembourg.

A similar project also made waves in 2021 when it won a Luxembourg Tourism Award. The project consisted of a 360 degree video tour of Useldange Castle, designed specifically for people with reduced mobility who can't reach areas that are not accessible by elevator.

More recently, the 'discovARminett' augmented reality app for Esch2022 visitors in the Minett Region came out in May. As part of the European Capital of Culture Esch2022, it was created in cooperation with Naturschoul Lasauvage and consists of 14 tours throughout the 13 municipalities in the south of Luxembourg and neighbouring France participating in Esch2022.

What's to come

And what's on the frontlines for tourism in Luxembourg today? Summer projects for 2022 are just kicking off and the tourism

strategy continues to offer new proposals by digging deep into the roots of Luxembourg.

Today, the aim of the strategy overall is three-fold: to improve current day quality of life for residents and tourists alike; to focus on visitor satisfaction by staying up-to-date with current trends and surpassing their expectations with high-quality offerings; and to strengthen the economy. Six key action points for 2022 have also been defined. Visitor satisfaction must be a priority by adapting and offering modern experiences in terms of tourism, including cuisine and culture. Touristic enterprises must also be attractive, resilient and modern. Investments should be encouraged and staff must be qualified. High quality, ecological, sustainable, accessible, and enduring offers must be available. User friendly and user oriented digitalisation must continue to be promoted. Collaboration and networking with trustworthy partners is also an important aspect of reinforcing tourism via constructive exchanges involving the entire population. Efficiently implementing these objectives is indispensable and must be verified.

In 2022, the 'Lëtzebuerg, dat ass Vakanz' tourist campaign will also provide the



18



19

country with a boost. The campaign was first launched in 2021 and this year will once again offer the biking initiative, *Vélosummer*, which sees several biking itineraries created nationwide for cyclists. Also like last year, MoveWeCarry.lu will continue to transport luggage to help tourists on the move in the country, this year for a fee. 'Guide for one day' will also be repeated this year.

A new initiative for 2022 comes in the form of a gastronomical experience: '*Vakanz genéissen*'. Designed by local chefs, the concept involves gathering one hundred people around a table for a meal consisting of local delicacies in one of the mythical tourist locations that Luxembourg is renowned for. A dedicated website has been established for the experience where reservations can be made (www.vakanz-geneissen.lu). *Vakanz genéissen* will only happen six times between the end of July and the end of August, once in each of the six different tourist regions, thus creating a fleeting and rich sensorial experience, like summer itself. ■

17. The Guttland Region of Luxembourg may not have the expansive natural waterways found in other parts of the country, but they do have the ever innovating Rédange swimming pool that serves many communities in both Luxembourg and Belgium. In the last few years, they have invested in two new waterslides, an outside water park for children, and a wave pool for surfing.

© Reidener Schwamm

18. 19. The Useldange Castle and the Pétitche Lauer Brasserie and Eco Lodges have both been awarded for infrastructure that meets the needs of members of society with restricted movement capabilities. The former won a Luxembourg Tourism Award in 2021 and the latter received the EureWelcome label in 2022.

© 18: Claire Muller
19: LFT / Thierry Dricot



Nora Peters
Touristic Coordinator, Regional
Tourist Office of Southern
Luxembourg

*'During the last two years,
hiking was an activity that was
rediscovered by society.'*

The Minett Trail is a brand new 90km hiking trail in Luxembourg. It opened in 2021 during the pandemic and traverses the Minett UNESCO Biosphere reserve in the south of the country but is set apart as it is part of Esch2022 and offers hikers accommodation designed by architects. As lead coordinator of the Minett trail, what was the biggest challenge in this undertaking?

The route of the Minett Trail leads partially through forests belonging to private persons. It was very challenging to find out whom the different lots belong to. After identifying the owners, we needed to ask permission to install a hiking path on their property. It took weeks to obtain the contact details of every owner. The whole process to identify the lots, obtain contact details, prepare an agreement and fix appointments with every owner, took us a few months. Applying for the permits was a mammoth task in this project.

The Minett Trail also has 11 *Kabaisercher* (hiking lodges) and the Visit Minett Team coordinates this huge project too. Coordinating 11 municipalities with 11 different construction projects is such a big task, one person on our team is nearly 100% occupied on this project alone.

The hiking trails in Luxembourg are world class and attract visitors from far and wide. The Minett Trail also traverses a UNESCO Biosphere. Who takes care of the trail?

The Minett Trail, including signposting and surrounding infrastructure, is managed by the Visit Minett Team. Hikers can contact us with any trail issues at quality@visitminett.lu. This could be damaged or missing signs (currently we have a problem with vandalism), or fallen-over trees. A team, which helps us in the field, will then repair the damage or we will contact a forester to remove trees.

The *Kabaisercher* (lodges) will be maintained by an external operator.

There must be a fine balance in creating a project to attract people... to a protected reserve. Tell us about this process.

The idea of this project is to show people our unique nature and to preserve it at the same time. The idea of the Minett Trail was already born in 2017. During the last two years, hiking was an activity that was rediscovered by society. In this case, the Minett Trail is a tool to guide hikers and everybody interested in the nature reserves in our region that bear the label of a UNESCO Man and the Biosphere Nature reserve. The risk that people walk through protected areas and sensitive nature is lower if hikers are presented with stages and a marked trail that is easy to follow.

— SÉCURITÉ ÉNERGÉTIQUE —

Ruée sur le gaz naturel liquéfié

TEXTE Christine Elsen, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTO Zetong Li / Unsplash

«L'UE vise à développer davantage les infrastructures d'importation et à améliorer le raccordement des gazoducs entre États membres.»

L'approvisionnement en gaz naturel liquéfié (GNL) est actuellement au cœur de vifs débats suite à la crise gazière. La baisse de la production domestique de gaz en Europe, des stocks particulièrement bas ainsi que la forte demande due à des températures peu élevées en 2021 expliquent des importations records de GNL en Europe depuis l'automne 2021. À une situation déjà tendue est venue s'ajouter la volonté de nombreux pays européens de réduire leur dépendance au gaz russe depuis le début de la guerre en Ukraine. Dans ce contexte, le GNL apparaît comme une alternative. Cependant, l'importation de GNL sur le Vieux Continent n'est pas sans poser des problèmes d'infrastructures, de coûts et d'impact environnemental.

Le gaz naturel liquéfié (GNL) désigne le gaz naturel transformé sous forme liquide. Il s'agit d'un combustible fossile essentiellement constitué de méthane. Après extraction, le gaz naturel est refroidi à une température d'environ -160°C à pression atmosphérique afin de le transformer en un liquide transparent, inodore et non toxique. La liquéfaction permet de condenser le gaz en réduisant son volume – 600 fois moins volumineux qu'à l'état gazeux – ce qui facilite son transport et son stockage. Des navires géants sont spécialement conçus pour son transport, car ils permettent plus de flexibilité dans sa livraison et de desservir de nombreuses régions du monde n'ayant pas d'accès directs à des gazoducs. Une fois arrivés à destination, les navires déchargent leur cargaison dans les réservoirs de terminaux équipés d'installations de réception et de stockage du GNL. Le GNL est ensuite regazéifié pour être injecté dans les réseaux de distribution de gaz naturel en fonction des besoins.

Un «déséquilibre structurel» du marché du GNL

Ces dernières années, le commerce de GNL s'est développé, atteignant un flux mondial de 372,3 millions de tonnes en 2021, soit une hausse de 4,5% par rapport à 2020, indique le Groupe International des Importateurs de Gaz Naturel Liquéfié (GIIGNL). La

majorité est transportée par près de 700 navires. Au total 19 pays exportent du GNL dans le monde, dont l'Australie suivi par le Qatar, les États-Unis, la Malaisie, la Russie et le Nigéria. Ces six pays exportent à eux seuls près des trois quarts des volumes de GNL transitant annuellement dans le monde. Les principaux pays importateurs sont l'Europe, le Japon, la Chine et la Corée du Sud, plus de 70% de la demande mondiale se situant en Asie.

Au regard de l'actualité récente, le marché est marqué par un «déséquilibre structurel» entre l'offre et la demande, ce qui entraîne une hausse des prix, par ailleurs très volatiles. La demande ne cesse d'augmenter, particulièrement en Europe, suite à sa volonté de réduire la dépendance au gaz russe depuis l'invasion de l'Ukraine par la Russie. Du côté de l'offre, la production mondiale progresse modestement. Par conséquent, le prix restera probablement encore élevé durant les prochains mois.

L'Europe envisage d'importer plus de GNL...

Afin de réduire sa dépendance énergétique à la Russie et de diversifier ses sources d'approvisionnement, l'Union Européenne (UE) développe sa collaboration avec des partenaires internationaux. Le 25 mars 2022, elle a signé un accord de coopération

« Le prix du gaz restera probablement encore élevé durant les prochains mois. »

700 navires méthaniers transportent le gaz naturel liquéfié sur toutes les mers du monde.



énergétique avec les États-Unis, où le secteur est en forte croissance, porté par une production en hausse. Les États-Unis se sont engagés à fournir 15 milliards de mètres cubes de GNL supplémentaires au marché européen cette année et à augmenter chaque année le volume jusqu'en 2030. De plus, selon le plan REPowerEU¹ publié en mai 2022, l'UE pourrait importer des quantités supplémentaires de GNL du Qatar, d'Égypte et d'Afrique de l'Ouest tout en assurant un mix énergétique équilibré en Europe entre GNL, biométhane, hydrogène, renouvelables et efficacité énergétique.

...et de renforcer ses infrastructures

Le Vieux Continent importe de plus en plus de GNL. Cependant, les taux d'importation et d'utilisation des pays européens diffèrent considérablement en fonction des infrastructures portuaires équipées de terminaux de réception et de stockage GNL dont ils disposent.

À l'heure actuelle, l'Europe compte une trentaine de ces terminaux. Ils sont nombreux en Espagne et en France, les deux principaux importateurs de GNL sur le continent, mais inexistantes en Allemagne et dans certains pays d'Europe centrale. De plus, la réexportation de ces volumes vers le cœur de l'Europe peut être contrainte par

les capacités limitées de gazoducs entre les différents pays européens. Afin de diversifier les approvisionnements en gaz, l'UE vise à développer davantage les infrastructures d'importation et à améliorer le raccordement des gazoducs entre États membres.

Pour répondre à l'urgence et au manque d'infrastructures appropriées et remédier à cette situation, plusieurs pays européens, dont l'Allemagne, ont annoncé ces derniers mois la construction de terminaux afin d'augmenter leurs importations de GNL. Toutefois, de tels projets ne prendront forme que d'ici deux à quatre ans. Une alternative envisagée par ces pays est la location ou l'acquisition de terminaux flottants de stockage et de regazéification qui peuvent être rapidement mis en place. Ces unités flottantes sont souvent d'anciens superpétroliers reconvertis pour regazéifier d'importantes quantités de GNL. Ce type de terminaux nécessite un port en eau profonde et a un coût initial inférieur à celui des infrastructures terrestres. Cependant, les coûts d'exploitation sont plus élevés pour chaque mètre cube de gaz traité. Au-delà du stockage, les interconnexions entre certaines régions et pays doivent être renforcées pour améliorer la sécurité d'approvisionnement.

La géologie du Luxembourg ne permet pas de stocker le gaz. Ainsi, le Grand-Duché est raccordé au marché de gaz belge, et

approvisionné par le terminal GNL situé à Zeebrugge et par des gazoducs en provenance de Norvège.

Le GNL, une source d'énergie alternative coûteuse pour l'environnement ?

Enfin, l'impact environnemental du GNL est sujet à controverse. Le processus d'extraction, de purification et de transport du gaz est énergivore et fortement émetteur de CO₂. En tenant compte de l'ensemble de sa chaîne de valeur, le GNL s'avère ainsi néfaste pour le climat. Cependant, même si le GNL reste une énergie fossile, ce type de gaz devrait jouer un rôle clé dans la transition énergétique entamée par les pays européens, en attendant que les énergies renouvelables prennent le relais. —

1. Plan d'action de la Commission européenne visant l'indépendance énergétique de l'UE

— TÉLÉTRAVAIL —

Quel bilan au Luxembourg ?

TEXTE Nicolas Liebgott, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTO Jacky Chiu/Unsplash

Présent dans le débat public depuis de nombreuses années, le télétravail a connu un essor soudain et forcé au printemps 2020, accompagné de la mise en place de nombreux outils digitaux au moment de la crise sanitaire. D'ordinaire limité au niveau du nombre de jours par la réglementation européenne en la matière et les accords bilatéraux conclus entre le Luxembourg et ses 3 pays voisins – la France, la Belgique et l'Allemagne –, le télétravail étendu a été rendu possible pour les frontaliers grâce à la conclusion d'accords exceptionnels. Pour les travailleurs résidents en revanche, travailler de chez soi ne requiert bien souvent que l'accord de l'employeur car cela n'implique aucune incidence fiscale quant à l'imposition sur le revenu dans le pays de travail ou de résidence. Alors que les accords bilatéraux exceptionnels ont pris fin le 30 juin 2022, l'heure est au bilan et à la réflexion quant aux perspectives de ce nouveau mode de travail. Que retenir de ces deux ans de travail à distance et quelles leçons en tirer pour l'avenir ?

Par la structure de son économie, orientée autour des services, le Luxembourg dispose d'une large part d'emplois compatibles avec le télétravail. Le passage rapide du bureau à la maison a permis au pays de montrer une résilience plus forte que la plupart des autres pays européens.

Les travailleurs y ont vu un avantage certain. Meilleure conciliation des vies privée et professionnelle, mais surtout une réduction du temps de trajet pour les résidents et les travailleurs frontaliers. Ainsi, Tomtom affirme dans son index trafic qu'un automobiliste au Luxembourg a passé 44h de moins en moyenne dans les bouchons en 2021 qu'en 2019. Etant donné la progression de l'emploi salarié qui se confirme d'après les dernières analyses du STATEC, et notamment de l'emploi de salariés frontaliers, l'enjeu est de taille pour le Luxembourg. Le retour à la « normale » au 1^{er} juillet 2022 couplé à un nombre croissant d'automobilistes sur les routes, il s'agira pour le pays de conserver son attractivité malgré des temps de trajet qui risquent encore de s'allonger.

Il faut ajouter à cela des bénéfices induits pour l'ensemble de la société : moins de risque de contamination durant les vagues épidémiques de la Covid-19, réduction des émissions de gaz à effet de serre et un coût d'entretien des infrastructures de transport moins important.

Mais malgré ces quelques points positifs non négligeables, le télétravail pose aussi beaucoup de questions, notamment au

Luxembourg où le marché de l'emploi est assez atypique.

Un télétravail à plusieurs vitesses

Le premier aspect non négligeable à prendre en compte lorsqu'il s'agit du *home-office* reste la cohésion d'équipe. Télétravailler induit un temps au bureau réduit et risque d'impacter les échanges entre collègues et le mode de management.

De plus, si certains secteurs ne voient aucun inconvénient à ce mode de fonctionnement ce n'est pas le cas pour tous les pans de l'économie. Ainsi, le milieu de l'évènementiel, les commerces ou encore l'HORECA craignent une perte d'activité liée à la pérennisation du télétravail. C'est d'ailleurs ce qu'avait estimé le CES dans un avis de septembre 2020 où il chiffrait le manque à gagner à hauteur de 350 millions d'euros pour le secteur du commerce et de l'HORECA,

« Il reste impossible aujourd'hui d'assurer l'équité concernant les jours télétravaillés entre un résident belge, français, allemand et luxembourgeois. »



« Le milieu de l'évènementiel, les commerces ou encore l'HORECA craignent une perte d'activité liée à la pérennisation du télétravail. »

Si de nombreux salariés se disent satisfaits de pouvoir travailler depuis chez eux, il n'en reste pas moins que la pratique du télétravail soulève de nombreuses questions.

pour un jour par semaine de travail à la maison. Plus précisément, ces pertes s'élevaient à près de 217 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel pour le secteur de l'HORECA et à près de 130 millions pour le commerce.

Avec près d'un salarié sur deux qui est non-résident, le télétravail reste aussi un véritable casse-tête juridique au Luxembourg. Sous réserve d'accord de l'employeur, il reste tout de même impossible aujourd'hui d'assurer une équité concernant les jours télétravaillés entre un résident belge, français, allemand et luxembourgeois. Alors qu'un frontalier allemand peut actuellement travailler uniquement 19 jours de chez lui sans voir son régime d'imposition changer, un salarié vivant en Belgique peut le faire à hauteur de 34 jours et un salarié venant de France peut aller jusqu'à 29 jours actuellement même si un accord inter-gouvernemental d'octobre 2021, signé entre la France et le Luxembourg prévoit d'augmenter ce seuil de tolérance à 34 jours également. Cela ne va pas sans poser de soucis aux employeurs qui doivent donc jongler avec 4 systèmes de réglementation différents. Même si le seuil de tolérance venait à être homogénéisé pour les 3 pays voisins, le

droit européen prévoit que le salarié ne peut effectuer plus de 25% de son temps de travail effectif en dehors du Luxembourg, sous peine d'être obligé à s'affilier au régime de sécurité sociale de son pays de résidence, ce qui engendre, en raison de niveaux de cotisations sociales plus importantes dans les pays voisins, un coût plus élevé pour l'employé mais aussi pour l'employeur.

Sujet clivant dans beaucoup de pays, le télétravail l'est peut-être encore plus au Luxembourg. En plus de l'inégalité induite entre les métiers pour lequel il est possible de télétravailler et ceux pour lesquels ce n'est pas possible, la dimension transfrontalière du pays cause donc des problématiques supplémentaires.

Quelles solutions à long terme ?

Une des réponses possibles et envisagée par les acteurs publics et privés est de rapprocher le lieu de travail du lieu de résidence du salarié. Ainsi, plusieurs entreprises réfléchissent d'ores et déjà à créer des antennes de leurs bureaux proches des frontières afin de raccourcir le temps de trajet des salariés. Cette solution, si elle n'a pas d'incidence sur le télétravail en lui-même au sein de

la Grande Région, pourrait avoir un impact positif sur la mobilité au Luxembourg et permettre de limiter les effets néfastes de cette nouvelle forme de travail sur l'HORECA et les commerces.

Une autre solution envisagée est la création d'un statut européen du travailleur frontalier. C'est le dossier que s'attache à faire avancer le député français Xavier Paluszkiwicz en produisant un rapport autour d'une proposition de résolution européenne concernant ce statut.

Si le télétravail semble avoir de beaux jours devant lui, les débats qui l'entourent aussi. —

— SEMESTRE EUROPÉEN 2022 —

Des défis persistants, alors que la transition environnementale se fait plus pressante

TEXTE Sidonie Paris, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Jens Willebrand pour l'École Européenne et Gonz DDL/Unsplash

01. 02. Lutter contre les inégalités scolaires dues aux disparités de milieu socio-économique et linguistique des élèves et trouver des sources d'énergie alternative au fossile figurent parmi les priorités relevées par la Commission européenne pour le Luxembourg.

Le 23 mai, la Commission européenne a publié son Paquet « Semestre européen » du printemps 2022, comprenant notamment les rapports par pays et les recommandations du Conseil pour les 27 États membres. Ces documents font le point sur la mise en œuvre des recommandations adoptées par le Conseil de 2019 à 2021 et récapitulent les principaux défis insuffisamment couverts dans les plans nationaux pour la reprise et la résilience (PRR). L'économie du Luxembourg a bien résisté au choc de la pandémie et les effets escomptés à court terme de la guerre en Ukraine devraient être essentiellement indirects. Cela étant, la hausse de l'inflation (plus importante que dans d'autres pays européens) s'ajoute à la liste de défis récurrents qui vont en s'amplifiant, à savoir la poursuite de la forte hausse des prix du logement et le niveau d'endettement élevé des ménages qui en découle, les pénuries de main-d'œuvre tant pour les emplois peu que très qualifiés, un risque de pauvreté en hausse, ainsi qu'une productivité qui stagne depuis plusieurs années.



01

Le rapport 2022 pour le Luxembourg, publié par la Commission européenne, dresse le bilan de la mise en œuvre du PRR luxembourgeois et évalue ses avancées par rapport aux recommandations par pays adoptées par le Conseil de 2019 à 2021.

Bien que l'accroissement des problèmes d'offres, accentué par le conflit en Ukraine, couplé à la hausse des prix, devrait ralentir la reprise économique post-Covid (le STATEC table sur 2% de croissance en volume pour 2022, contre 3,5% fin 2021), l'économie luxembourgeoise reste dynamique, portée par un marché de l'emploi toujours en hausse. Sur le court terme, le conflit en Ukraine devrait avoir des répercussions indirectes sur les performances économiques, principalement liées à la hausse de l'inflation, portée par l'envolée des prix de l'énergie. La stabilité macroéconomique du

pays et son niveau de productivité sont également des points forts, fragilisés cependant par la détérioration relative des finances publiques au cours des cinq dernières années, et un niveau de compétence de base des élèves inférieur à la moyenne de l'Union européenne (UE). Par ailleurs, la Commission européenne salue les progrès accomplis dans le secteur de la finance verte, et, plus largement, sur la transition environnementale. S'agissant des objectifs de développement durable de l'Organisation des Nations Unies, le Grand-Duché affiche de très bonnes performances sur les aspects de durabilité environnementale, bien qu'il demeure en dessous de la moyenne de l'UE sur les émissions de CO₂ et la part d'énergies renouvelables dans la consommation d'énergie finale.

Nombre de difficultés mentionnées dans le PRR étaient déjà recensées dans le cadre du

« Nombre de difficultés étaient déjà recensées dans le cadre du Semestre européen dans le passé, notamment la lutte contre le blanchiment de capitaux et le fort taux d'endettement des ménages, conséquence de la hausse rapide des prix du logement ces dernières années ».



Semestre européen dans le passé. C'est notamment le cas s'agissant de la lutte contre le blanchiment de capitaux et du fort taux d'endettement des ménages, conséquence de la hausse rapide des prix du logement ces dernières années. À cela s'ajoutent les défis environnementaux et climatiques et les faiblesses dans le secteur de la santé mises en avant durant la pandémie. Enfin, l'accent est mis sur l'acquisition, respectivement le renforcement des compétences et la reconversion professionnelle sur le long terme, visant notamment l'amélioration de l'employabilité des seniors (un sujet qui revient périodiquement dans les rapports de la Commission, et un indicateur sur lequel le Luxembourg a une grande marge de progression dans les classements de compétitivité internationaux).

La Commission note également une série de défis qui ne figurent pas – ou que partiellement – dans le PRR. Il s'agit, entre autres, de la viabilité du système de pensions, des vides juridiques pouvant bénéficier aux multinationales faisant usage de pratiques de planification fiscale agressives, d'un système éducatif qui renforce les inégalités, des problèmes de mobilité et des goulets d'étranglement possibles qui accompagneront l'abandon progressif des énergies fossiles. Sur ce dernier point, la Commission européenne souligne que le Grand-Duché sera confronté à la hausse de la demande d'électricité et à sa forte dépendance aux importations d'énergie (le pays importe près de 90% de l'énergie qu'il consomme). La mise en œuvre d'une transition énergétique équitable, d'autant plus pressante depuis l'invasion de l'Ukraine par la Russie, et le besoin de diversifier l'approvisionnement des

pays européens nécessite, selon la Commission, une intensification de la mutualisation des efforts entre le Luxembourg et les autres États membres de l'UE. Une exploitation accrue des sources d'énergie alternatives telles que la géothermie, ou encore la révision des mesures d'incitation, au-delà de la taxation du carbone, pour encourager l'utilisation des transports publics à l'échelle nationale et régionale, sont également préconisées.

Recommandations du Conseil de l'Union européenne

Au regard de l'évaluation de la Commission européenne, le Conseil de l'UE a soumis une série de recommandations sur le programme national de réforme, ainsi que sur le programme de stabilité du Luxembourg pour 2022.

Les recommandations pour 2022 et 2023 portent sur trois thèmes clés :

La soutenabilité des finances publiques : le Conseil invite le Grand-Duché à augmenter dès à présent les investissements publics en faveur de la transition écologique et numérique et de la sécurité énergétique. Par ailleurs, pour 2023, il recommande une croissance des

dépenses courantes maîtrisées et une politique budgétaire prudente. L'amélioration de la viabilité à long terme du système de pensions figure également parmi les recommandations, tout comme l'adoption de mesures pour lutter efficacement contre l'évasion fiscale.

La réduction des inégalités dans le système scolaire et universitaire : le Conseil plaide pour la réduction des inégalités observées en fonction du milieu socio-économique et linguistique des élèves, et pour la promotion de l'égalité des chances pour tous.

La réduction de la dépendance du pays aux combustibles fossiles : afin de diminuer la dépendance aux énergies fossiles tout en accélérant le développement des énergies renouvelables, le Conseil souligne l'importance de parvenir à une capacité de transport suffisante de l'électricité et le besoin d'augmenter les investissements en termes d'efficacité énergétique. Il s'agit également d'aider les municipalités à déployer les énergies renouvelables (en particulier, éolienne et photovoltaïque), via l'élaboration de plans locaux détaillés. Enfin, le Luxembourg est invité à promouvoir davantage les transports électriques et à investir dans les réseaux et infrastructures de transport public. —

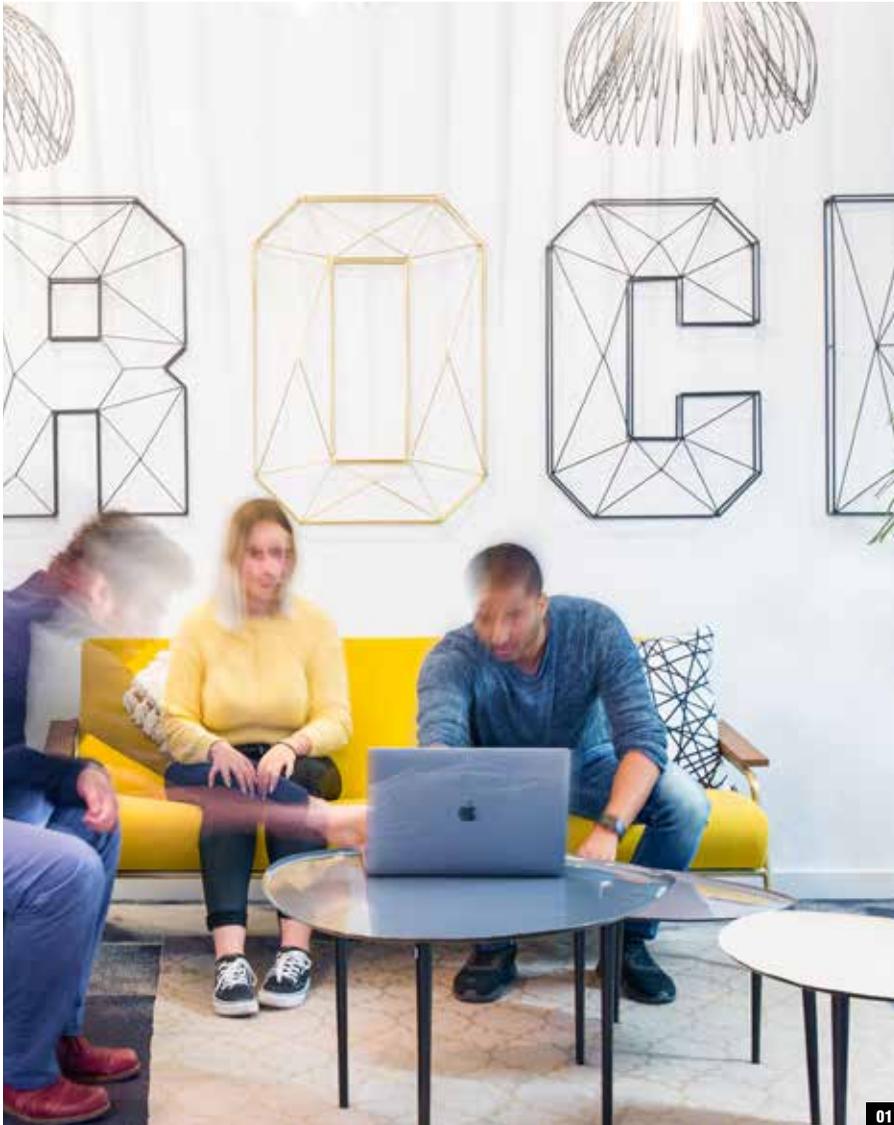
— INTELLIGENCE ARTIFICIELLE —

Sésame d'une économie digitale compétitive

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

PHOTOS Vincent Remy et Chambre de Commerce

01. Le Luxembourg City Incubator, hébergé au sein de la House of Startups de la Chambre de Commerce, compte 7 jeunes pousses spécialisées en Intelligence Artificielle (IA) parmi ses résidents.



Entre 2011 et 2020, le volume total des informations stockées dans les systèmes informatiques mondiaux est passé de 1,8 à 59 milliards de téraoctets, soit l'équivalent d'une pile de disques blu-ray «assez haute» pour couvrir près de 8 fois la distance Terre-Lune. Cette profusion de données, largement issue de la digitalisation, interagit avec le monde physique et constitue la «datasphère», espace dématérialisé en expansion dans lequel nos économies modernes doivent, de façon inédite, naviguer. Dans ce contexte, l'intelligence artificielle (IA) est le sésame de l'avenir, dans le sens où elle permet d'utiliser et de valoriser ces données. Quel sera l'impact économique global et local de son déploiement ?

La majorité des études économiques s'accordent à dire que l'IA – soit «l'ensemble des théories et des techniques mises en œuvre en vue de réaliser des machines capables de simuler l'intelligence» – aura un impact significatif sur l'économie mondiale. Ainsi, par exemple, le cabinet PricewaterhouseCoopers (PwC) estime que le déploiement de l'IA pourrait contribuer à l'horizon 2030, à 14% de la croissance mondiale (soit 14 trillions d'euros).

L'IA peut créer de la valeur principalement de 4 manières. La première via le gain de productivité susceptible d'atteindre jusqu'à 40% de sa valeur actuelle. La deuxième consiste en l'apparition d'un nouveau facteur de production à côté du travail et du capital : la «main-d'œuvre virtuelle» qui désigne le recours à une automatisation intelligente basée sur le *machine learning*, avec laquelle les logiciels seront capables de résoudre des problèmes et d'évoluer par eux-mêmes en acquérant de «l'expérience» via l'absorption de données. Troisièmement, l'IA crée de la valeur en tant qu'innovation,

02. Hoai Thu Nguyen Doan, Chambre de Commerce, Dr. Alban Rousset, Luxprovide, Max Gindt, ministère d'Etat, Antoine Hublet, Agence du Numérique, Dr. Christian Schorr, DFKI et Dr. Alexis Steiner, Grand E-Nov+, réunis le 16 mai 2022 pour un panel de discussion lors du 1^{er} événement du cycle de conférences «Ready4AI» - lancé par l'European Enterprise Network (EEN).



qui, en se diffusant, fait émerger de nouveaux biens, services, secteurs d'activités et flux de revenus. Enfin, les applications d'IA permettront de valoriser et d'exploiter les données, et ainsi de mieux cerner les attentes des consommateurs. Un cercle vertueux de croissance apparaît: les données permettent à l'offre d'être au plus près de la demande et de la stimuler tandis que la demande génère continuellement de nouvelles données sur sa propre nature.

Les entreprises luxembourgeoises découvrent «l'or du 21^e siècle»

De même, au niveau du Grand-Duché, l'IA a le potentiel d'augmenter la productivité, d'accélérer l'innovation et de rendre l'industrie traditionnelle plus efficiente, sûre, et durable, ce qui se traduit *in fine* par un renforcement de la compétitivité. Deux sondages, réalisés en 2019 et en 2021 par PwC, ont notamment révélé la prise de conscience progressive des entreprises luxembourgeoises quant à la valeur de l'exploitation des données, ce nouvel «or du 21^e siècle». Ainsi, en 2021, plus de la moitié des entreprises utilisent l'IA, contre seulement un quart en 2019. Si on inclut les firmes qui planifient de le faire ou y réfléchissent, on atteint plus de trois quarts de la population des entreprises.

Luxembourg: des infrastructures propices à une économie digitale compétitive

Ayant compris le rôle clé de l'IA pour bâtir une économie compétitive, le Luxembourg œuvre pour se munir d'infrastructures idoines afin d'exploiter le potentiel des données. Le pays a non seulement mis en place un réseau 5G étendu, mais il accueille aussi *Meluxina*, l'un des plus puissants super-ordinateurs d'Europe. En outre, une infrastructure de communication quantique

ultra-sécurisée est en cours de construction, afin de garantir l'intégrité de la confidentialité des données personnelles et commerciales, éléments d'autant plus sensibles à mesure que la digitalisation progresse.

Coopérer pour gagner

L'efficacité des outils numériques - tels ceux issus de l'IA - est largement tributaire de la disponibilité d'une masse critique de données, ce pourquoi la collaboration est le maître mot d'une économie digitale compétitive. Au niveau national, il s'agit par exemple de fédérer les talents et initiatives autour de l'IA, comme ce que réalise la Chambre de Commerce à travers sa House of Startups, et sa contribution au *Luxembourg City Incubator* qui abrite actuellement 7 jeunes pousses dans ce domaine. Au niveau international, et plus précisément grand-régional et européen, il s'agit de conjuguer atouts et complémentarités économiques, tout en partageant données, savoir et compétences, pour renforcer le positionnement du pays sur l'échiquier international. À cette fin, le Grand-Duché est par exemple membre du *European Digital Innovation Hubs* (eDIH) et il échange régulièrement avec ses partenaires étrangers via entre autres, l'*Enterprise European Network* (EEN) de la Chambre de Commerce.

La Grande-Région, une terre fertile pour le déploiement de l'IA

L'union fait incontestablement la force, et c'est d'autant plus vrai en Grande-Région qui dispose de nombreux atouts, faisant d'elle une terre fertile pour le déploiement de l'IA. Le 1^{er} événement du cycle de conférences *Ready4AI* - lancé par l'EEN en mai 2022 et destiné à sensibiliser et préparer les entreprises luxembourgeoises aux transformations provoquées par la digitalisation et le déploiement de l'IA - a notamment fait

témoigner, au cours d'une table ronde, plusieurs experts locaux sur le potentiel de l'IA et sur son intégration opérationnelle.

Le Luxembourg (représenté par Max Gindt, Expert IA au ministère d'État et le Dr. Alban Rousset, *HPC Senior Solution Engineer* chez Luxprovide), la Rhénanie-Palatinat et la Sarre (représentées par le Dr. Christian Schorr, *Senior Scientist* au *Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz*), la Wallonie (représentée par Antoine Hublet, chef de projet et responsable de la stratégie régionale *DigitalWallonia4AI* à l'Agence du Numérique) et le Grand-Est (représenté par le Dr Alexis Steiner, Expert IA chez Grand E-Nov+) disposent tous d'une stratégie dédiée à l'IA qui témoigne d'une volonté politique favorable, et accueillent déjà moults projets liés à cette technologie, que cela soit dans le milieu administratif (ex: mutualisation des données de santé au niveau de la Grande-Région) ou entrepreneurial (ex: intégration d'applications diverses d'IA, apparition de cabinets de conseil et prestataires de services dédiés).

Dans la Grande-Région, les projets d'IA ont aussi l'avantage compétitif de pouvoir s'appuyer sur de nombreux centres de recherche locaux dynamiques côtoyés par des entreprises renommées (ex: BSI, Huawei...). En outre, le développement de la technologie peut profiter d'un tissu académique dense et de réseaux de coopération, interrégionaux et interdisciplinaires, facilitant l'expérimentation et la création de solutions adaptées au marché.

Pour toutes les raisons citées ci-dessus, le développement de la technologie d'IA pourrait constituer une opportunité de taille pour la Grande-Région en général et le Luxembourg en particulier, et ce, tant au niveau économique que sociétal et environnemental. L'IA et les technologies intelligentes qui en découlent pourraient donner un coup de fouet à la croissance et fournir des pistes de solutions à certains défis d'ampleur mondiale, tels que le changement climatique. —

«La majorité des études économiques s'accordent à dire que l'IA aura un impact significatif sur l'économie mondiale.»

The Eye of the Economist

Christel Chatelain

Laure Demezot

Christine Elsen

Nicolas Liebgott

Lucie Martin

Hoai Thu Nguyen Doan

Jean-Baptiste Nivet

Sidonie Paris

Max Rosen

Energie



REPowerEu : le plan stratégique énergétique pour mettre fin à la dépendance à la Russie.

À la suite de l'invasion russe en Ukraine et des perturbations du marché de l'énergie qui s'en sont suivies, la Commission européenne a présenté le 18 mai dernier, le plan REPowerEU qui a trois objectifs principaux : économiser de l'énergie, produire de l'énergie propre et diversifier les fournisseurs d'énergie. La Russie est en effet le plus grand fournisseur d'énergie fossile de l'Union européenne (UE). Via ce plan, la Commission ambitionne de réduire de deux tiers sa dépendance énergétique envers la Russie d'ici la fin de l'année, et de la ramener à 0 d'ici la fin 2027. La production d'énergies renouvelables et les économies d'énergie s'inscrivent dans la transition écologique de l'UE. —

Europe



20^e anniversaire du service public européen SOLVIT.

Lors d'une conférence de presse le 2 juin, le ministre de l'Économie a présenté le bilan et les perspectives de SOLVIT. Le service public gratuit, mis en place par la Commission européenne en 2002, a comme objectif de résoudre les problèmes liés au non-respect des droits en tant que citoyen ou entreprise dans l'Union européenne, par des administrations publiques d'un autre pays de l'UE. Chaque pays membre, ainsi que la Norvège, le Lichtenstein et l'Islande, ont un centre SOLVIT, qui fonctionne en réseau. Le volume d'activités de SOLVIT s'est d'ailleurs considérablement développé, ayant été multiplié par 65 entre 2002 et 2021. —

Digitalisation



Une PME sur quatre touchée par la cybercriminalité au Luxembourg en 2021.

La crise de la Covid-19 a déclenché une transformation numérique accrue au sein des petites et moyennes entreprises (PME) au cours des deux dernières années, entraînant une plus grande exposition de ces dernières aux activités cybercriminelles. En 2021, 26% des PME luxembourgeoises ont connu au moins un type de cybercriminalité, indique l'enquête Flash Eurobaromètre de la Commission européenne publié en mai 2022. Confrontées à ce problème, seules 20% des entreprises interrogées au Luxembourg ont proposé jusqu'à présent une formation ou une sensibilisation aux risques de la cybercriminalité à leurs employés. —

Travail



De nouvelles règles relatives aux salaires minimaux dans l'UE.

Début juin, des représentants du Parlement Européen et du Conseil de l'UE sont parvenus à un accord quant aux termes de la directive relative aux salaires minimaux adéquats. Cet accord n'arrête pas des niveaux chiffrés concrets qui devront être appliqués par les pays de l'UE, mais définit des règles et critères européens pour fixer et actualiser le niveau d'un salaire minimum légal. L'accord vise en outre à renforcer la négociation collective. Les États membres ou cette dernière couvre moins de 80% des travailleurs devront ainsi élaborer des plans d'action nationaux pour atteindre ce taux de couverture. —

Matières premières



Un renouveau européen de l'exploitation minière.

Des métaux tels que le lithium ou le cobalt sont des ressources essentielles aux transitions écologique et digitale. Ainsi, le commissaire européen au Marché intérieur Thierry Breton soutient un renouveau de l'exploitation minière de matières premières dans l'Union européenne. En effet, le prix des métaux est encore appelé à augmenter dans les prochaines années et leur accès devient un enjeu de souveraineté, tandis que des gisements existent sur le territoire européen. L'un des principaux enjeux est d'atteindre un faible impact environnemental de cette activité grâce aux nouvelles technologies. —

Mobilité



Fin des moteurs thermiques à partir de 2035.

Le 8 juin, le Parlement européen a voté l'interdiction de la vente de véhicules à moteurs à combustion interne (diesel ou essence) à partir de 2035, mesure qui avait été présentée dans le paquet *Fit for 55* en juillet 2021. Seule une exception, apportée par «l'amendement Ferrari», a été accordée aux constructeurs vendant entre 1.000 et 10.000 voitures par an, donc essentiellement des voitures très puissantes ou de luxe, qui disposeront d'un an de plus avant de passer au 100% électrique. —



GAGNEZ EN COMPÉTENCES AVEC NOS FORMATIONS !

**+ de 1.200
formations dans
21 domaines !**



**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 21 secteurs d'activité différents !



**TÉLÉCHARGEZ NOTRE
CATALOGUE 2022**

Show and tell

« Il faut compenser la perte du pouvoir d'achat des ménages de manière ciblée, veiller à maintenir les finances publiques à l'équilibre afin de conserver des marges de manœuvre, renforcer la diversification économique et favoriser un cadre « pro business » et « pro industrie » et enfin sauvegarder et soutenir la capacité des entreprises à investir dans la transition digitale et énergétique. »



01



02



03

01. 02. Le baromètre de l'économie du premier semestre 2022, présenté lors d'une conférence de presse organisée à la Chambre de Commerce le 17 mai 2022, consacre sa partie thématique à la hausse des prix de l'énergie.

03. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce et Christel Chatelain, directrice des affaires économiques ont souligné les difficultés engendrées par le contexte géopolitique actuel. Franz Fayot a quant à lui réaffirmé la volonté de son ministère de soutenir les entreprises qui pâtissent de ce contexte à l'aide de mesures appropriées et ciblées.

— BAROMÈTRE DE L'ÉCONOMIE —

Situation macro-économique : coûts sur coûts

TEXTE Laure Demezet, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Emmanuel Claude/Focalize et Zbynek Burival/unsplash

Le 17 mai, une conférence de presse s'est tenue à la Chambre de Commerce, en présence de Franz Fayot, ministre de l'Économie. Cette conférence de presse avait pour but de présenter les résultats de la première édition 2022 du Baromètre de l'Économie. Leur analyse a confirmé le climat d'incertitude qui règne et la hausse des coûts que doivent supporter les entreprises.

Lors de cette conférence, Carlo Thelen, Directeur Général de la Chambre de Commerce, a rappelé dans son allocution le contexte de reprise mécanique dans lequel se trouvait le pays en 2021, mais aussi les différents chocs auxquelles l'économie doit faire

face : des ruptures de chaînes d'approvisionnement et des pénuries de matériaux, avec pour conséquence le retour de l'inflation soutenue dans la plupart des économies. Le choc économique qu'entraîne la crise géopolitique entre l'Ukraine et la Russie ne fait qu'accentuer cette tendance à la hausse des prix, en raison de l'envolée des coûts de l'énergie et de la raréfaction de certaines matières premières. Les confinements sévères en Chine apportent une pression supplémentaire sur la logistique mondiale. Carlo Thelen a profité de cet événement pour faire un tour d'horizon des prévisions macro-économiques nationales, européennes et internationales et a conclu *« Il faut compenser la perte du pouvoir d'achat des ménages de manière ciblée, veiller à maintenir les finances publiques à l'équilibre afin de conserver des marges de manœuvre, renforcer la diversification économique et favoriser un cadre « pro business » et « pro industrie » et enfin sauvegarder et soutenir la capacité des entreprises à investir dans la transition digitale et énergétique. »*

Les résultats du Baromètre de l'Économie du premier semestre 2022 présentés par Christel Chatelain, Directrice des Affaires économiques de la Chambre de Commerce, ont corroboré ce climat mouvementé. *« Un pas en avant, deux en arrière »,* c'est ainsi qu'elle a résumé le score de la présente édition du Baromètre. En effet, les

conclusions de cette enquête ne font que confirmer les constats internationaux. De ce fait, le score recule de 6,9 points pour se positionner à 55,2, retrouvant son niveau de 2021. Christel Chatelain a fait remarquer qu'aucun indicateur retenu n'était épargné par ce recul.

Les résultats de la partie thématique concernant la hausse des coûts liés à l'énergie ont aussi été exposés. Ce sujet s'était naturellement imposé comme une évidence à la lumière du contexte du premier semestre et les résultats confirment que cette matière est au cœur des difficultés rencontrées par les entreprises luxembourgeoises. Ainsi, près de 4 entreprises sur 5 ont constaté une hausse importante des coûts liés à l'électricité.

Franz Fayot, ministre de l'Économie invité à s'exprimer lors de la conférence, a commenté les analyses : *« En ces temps troubles que nous vivons en raison de la guerre en Ukraine, avec une inflation et des prix de l'énergie élevés, il est essentiel de donner une certaine sécurité et prévisibilité aux entreprises. C'est pour cette raison que le gouvernement a proposé différentes mesures dans le cadre du Solidaritétspak. Nous sommes également en train de mettre en place les aides et instruments nécessaires pour accompagner au mieux la double transition écologique et digitale des entreprises. »*

In a Nutshell

La forêt, acteur économique à part entière

« Nos forêts sont nécessaires pour notre survie. Elles maintiennent toute la vie terrestre, aident à stabiliser notre climat, à rendre l'air que nous respirons plus propre, nous fournissent de l'énergie et des matériaux naturels et durables. »

Emwelt.lu, Portail de l'Environnement Luxembourg

Au Grand-Duché, la forêt couvre environ 90.000 ha, soit plus d'un tiers de son territoire

54% de la surface des terres boisées du Luxembourg sont des forêts privées, tandis que 46% des forêts restantes sont communales (33%), appartiennent à l'État (11%) ou à des établissements publics (1%). Cependant, alors que 43,6% des arbres étaient en parfaite santé en 2000, seuls 14% d'entre eux l'étaient en 2020. À l'inverse, 23,4% étaient nettement endommagés en 2000, ils sont maintenant 53,9%, c'est-à-dire plus de la moitié des arbres du territoire.

Dans les forêts luxembourgeoises, 72 millions de tonnes de CO₂ sont stockées

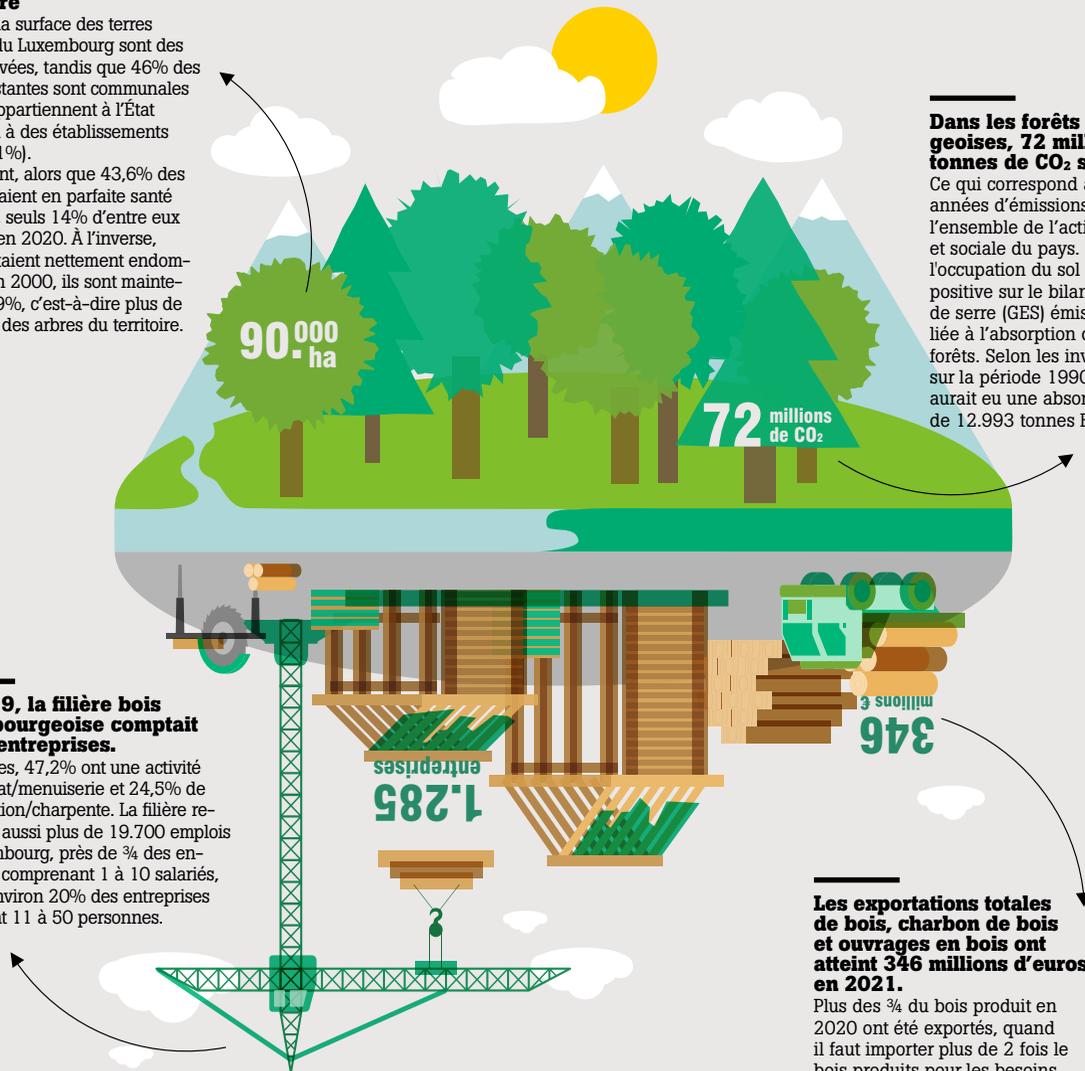
Ce qui correspond à environ 7 années d'émissions de CO₂ par l'ensemble de l'activité économique et sociale du pays. La gestion de l'occupation du sol a une influence positive sur le bilan des gaz à effet de serre (GES) émis, principalement liée à l'absorption du CO₂ par les forêts. Selon les inventaires GES, sur la période 1990-2016, il y aurait eu une absorption cumulée de 12.993 tonnes EqCO₂.

En 2019, la filière bois luxembourgeoise comptait 1.285 entreprises.

Parmi elles, 47,2% ont une activité d'artisanat/menuiserie et 24,5% de construction/charpente. La filière représente aussi plus de 19.700 emplois au Luxembourg, près de ¼ des entreprises comprenant 1 à 10 salariés, quand environ 20% des entreprises emploient 11 à 50 personnes.

Les exportations totales de bois, charbon de bois et ouvrages en bois ont atteint 346 millions d'euros en 2021.

Plus des ¾ du bois produit en 2020 ont été exportés, quand il faut importer plus de 2 fois le bois produits pour les besoins annuels. La production de bois brut représentait 342.000 m³ en 2020 au Luxembourg.



Ideas to shape the future

— FONDATION IDEA —

Repenser la coopération transfrontalière

TEXTE Vincent Hein, Fondation Idea

PHOTO CFL

Le développement économique et social du Luxembourg est devenu indissociable du contexte transfrontalier du pays. La plupart des 220.000 travailleurs non-résidents (qui représentent près de la moitié des actifs en emploi) vivent dans un territoire qui dépasse les frontières grand-ducales de plusieurs dizaines de km, dessinant un « Grand Luxembourg » de près de 2 millions d'habitants. Au fil des décennies, la multiplication des interactions économiques et sociales dans ce territoire a créé des aubaines, mais aussi des défis qui appellent à de nouvelles approches en matière de coopération transfrontalière, y compris dans le domaine du développement économique.

Le marché du travail transfrontalier est l'aspect le plus visible de l'intégration économique entre le Luxembourg et les régions limitrophes, mais il n'est pas le seul. Dans le sillage de son développement, d'autres phénomènes contribuent à rendre le Grand-duché et ses voisins toujours plus dépendants les uns des autres comme les flux de consommateurs, le développement des entreprises luxembourgeoises dans la Grande Région (et vice-versa), les besoins en infrastructures, en logements, en formation, en services publics... Avec une croissance très soutenue de l'économie et de la population s'est peu à peu constituée une métropole transfrontalière autour du Luxembourg. Cette dernière affiche des défis communs, sans pour autant disposer à ce stade de véritables outils de gouvernance, ni de projet propre à ce territoire bien spécifique.

Pourtant, la perspective d'une poursuite de l'expansion économique et démographique de cet espace pourrait bien révéler de sérieux goulets d'étranglement, qu'une approche coopérative permettrait d'envisager plus sereinement. Le manque de disponibilité de main-d'œuvre qualifiée, la rareté et le prix du logement, la saturation des infrastructures de transport, la faible disponibilité foncière pour les activités économiques et les incontournables contraintes environnementales sont des paramètres toujours plus contraignants de l'équation du développement luxembourgeois

dont la clef se trouve en partie de l'autre côté des frontières nationales.

À mesure que ces défis se précisent, l'opportunité de faire émerger un projet de territoire partagé avec les régions (et les États) limitrophes grandit. Il consisterait à élaborer une vision commune pour un développement dynamique, cohérent et soutenable de la métropole transfrontalière du Luxembourg dans les deux ou trois prochaines décennies. Cette vision, qui serait naturellement à décliner en projets concrets, permettrait au Luxembourg d'aborder certains sujets stratégiques pour son développement mais pour lesquels il n'a pas forcément de possibilités d'agir directement, tandis qu'elle permettrait aux régions voisines de trouver des moyens de mieux bénéficier du dynamisme économique grand-ducal et d'aider à assurer la pérennité de ce moteur économique.

Un cadre de coopération à repenser face à un contexte qui évolue

Si les aubaines permises par le modèle transfrontalier restent nombreuses, l'intégration transfrontalière ne débouche toutefois pas uniquement sur des relations d'intérêt « gagnant-gagnant » dans tous les domaines. L'actualité autour des difficultés de recrutement dans certains secteurs (comme la santé) est un exemple illustrant le fait que les politiques de coopération cherchant une

meilleure mobilité à l'intérieur de la région sont une condition certes nécessaire mais pas suffisante à un bon équilibre du marché du travail pris dans son ensemble. Compte tenu des projections démographiques défavorables dans la Grande Région, elles pourraient utilement être complétées à la fois par des politiques visant à renforcer l'attractivité de l'ensemble du territoire transfrontalier pour de nouveaux actifs, mais aussi par la mise en commun de certains dispositifs de formation, voire la création de nouveaux projets, en particulier dans les métiers les plus en tension.

Rendre la métropole transfrontalière du Luxembourg plus attractive et plus soutenable nécessiterait également une meilleure coordination en matière d'aménagement du territoire, d'urbanisme et de mobilité. Il importerait par exemple de viser une densification des territoires frontaliers proches des infrastructures. En outre, il serait nécessaire d'améliorer les liaisons ferroviaires transfrontalières et de mettre en œuvre une intégration plus poussée de la gestion des transports en commun (lignes, tarification, sociétés d'exploitation, etc.).

Un tel projet pourrait mener à créer de nouveaux organes de coordination et de décision transfrontaliers qui se superposent mieux au territoire, mais aussi des mécanismes de financement à la hauteur des enjeux et encadrés dans des conventions bilatérales.

“Rendre la métropole transfrontalière du Luxembourg plus attractive et plus soutenable nécessiterait une meilleure coordination en matière d’aménagement du territoire, d’urbanisme et de mobilité.”

Vers la «coopétition» économique transfrontalière

En matière de coopération économique, il pourrait être opportun de réfléchir à de nouvelles actions qui permettraient d’adresser à la fois la «saturation territoriale» luxembourgeoise, la poursuite d’une croissance économique soutenue et la convergence économique des régions limitrophes, tout en exploitant les aubaines liées au contexte transfrontalier de la métropole.

Il pourrait dès lors être intéressant de s’inspirer du concept de «coopétition». La fonction objective des autorités publiques de tout territoire est d’y attirer et d’y développer des activités afin de créer de la valeur ajoutée, de l’emploi, des revenus et des recettes publiques. Il paraît difficile de renverser une telle logique de concurrence «naturelle» entre les territoires. Pour autant, les spécificités de la métropole transfrontalière du Luxembourg offrent des opportunités d’aller plus loin en matière de coopération économique et permettraient de renforcer son attractivité et sa compétitivité d’ensemble. Des acteurs en situation de concurrence dans un domaine peuvent tout à fait s’engager dans une logique de «coopération de circonstance» pour mettre en avant les forces et opportunités du territoire et pour jouer sur des effets de synergie et d’échelle. Quelques propositions concrètes qui répondent à cette logique mériteraient d’être étudiées.

Il serait par exemple utile de promouvoir avec les partenaires voisins un «modèle d’entreprise transfrontalière» qui joue sur les avantages comparatifs du territoire dans son ensemble avec l’objectif d’encourager des investisseurs à développer des activités sur plusieurs pays tout en restant proches géographiquement. Pour mettre en œuvre cette idée, des agences de développement économique transfrontalières pourraient être établies sur la base d’une coopération renforcée entre les acteurs existants qui remplissent



cette fonction dans leurs pays respectifs. L’aménagement de zones d’activités transfrontalières pourrait également faciliter la concrétisation de tels projets. Le développement de plateformes logistiques d’intérêt commun avec des accords fiscaux et douaniers transfrontaliers aurait du sens compte tenu des potentiels du territoire transfrontalier. Le modèle de l’aéroport Bâle-Mulhouse pourrait servir de base à ces accords. Enfin, les politiques de recherche et d’innovation et les outils associés (clusters, équipements de recherche, etc.) pourraient également gagner à être davantage intégrés à l’échelle transfrontalière. —

Les transports en commun sont l’un des aspects cruciaux de la coopération transfrontalière qui pourrait bénéficier d’une amélioration si de nouvelles instances de décision étaient mises en place.



Plus d’informations :

www.fondation-idea.lu

— DROIT DES SOCIÉTÉS —

Transposition en droit luxembourgeois de la directive relative à l'utilisation d'outils et de processus numériques en droit des sociétés

TEXTE Affaires juridiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Bench Accounting / Unsplash

« L'objectif de la Directive 2019/1151 est de fournir un plus grand éventail de solutions numériques aux sociétés au sein du marché intérieur. »

Le 15 février dernier, a été déposé à la Chambre des Députés le projet de loi n°7968¹ portant transposition de la directive (UE) 2019/1151 du Parlement européen et du Conseil du 20 juin 2019 modifiant la directive (UE) 2017/1132 en ce qui concerne l'utilisation d'outils et de processus numériques en droit des sociétés (ci-après la « Directive 2019/1151 »). L'objectif de cette directive est de fournir un plus grand éventail de solutions numériques aux sociétés au sein du marché intérieur.

La Directive 2019/1151 établit les règles relatives à la constitution en ligne de certaines sociétés, à l'immatriculation en ligne des succursales, au dépôt en ligne des actes et informations par les sociétés et les succursales, à un meilleur échange d'informations via le système d'interconnexion des registres de commerce et des sociétés (BRIS) ainsi qu'à un meilleur accès à l'information sur les sociétés et succursales.

Innovations apportées par le projet de loi n°7968...

La Directive 2019/1151 impose l'obligation aux États membres de permettre la constitution sous format électronique et sans comparution physique pour les sociétés visées à l'annexe II de ladite directive à savoir, en ce qui concerne le Grand-Duché de Luxembourg, les sociétés anonymes, les sociétés à responsabilité limitée ainsi que les sociétés en commandite par actions.

La Directive 2019/1151 prévoit toutefois une option offrant la possibilité aux États membres de limiter cette obligation aux seules sociétés à responsabilité limitée. Dans un souci d'offrir à la place luxembourgeoise des flexibilités supplémentaires, le projet de loi n°7968 propose de ne pas faire

usage de cette option restrictive.

Étant donné que le droit luxembourgeois ne prévoit pas à ce jour la possibilité de constituer une société anonyme, une société à responsabilité limitée ou une société en commandite par actions par le recours à un acte authentique sous format électronique et sans comparution physique, le projet de loi n°7968 propose par conséquent de mettre en place, d'une part, un cadre légal pour les actes authentiques sous format électronique ainsi que pour la possibilité de constituer les sociétés concernées sous format électronique sans comparution physique et, d'autre part, une plateforme d'échange électronique notariale.

... dans le Code Civil

Ainsi, le projet de loi n°7968 modifie le Code Civil afin d'y introduire les nouveaux articles 1317-1 et 1317-2 qui prévoient un acte authentique sous format électronique en fixant le principe et les conditions minimales que les actes authentiques sous format électronique doivent remplir pour pouvoir valoir en tant que tel et bénéficier des effets légaux que le Code civil leur confère en matière de preuve. Il est laissée la possibilité à des lois spéciales de fixer des conditions et règles supplémentaires que les différents types



Les dispositions innovantes du projet de loi n°7968 :

- la possibilité de constitution sous format électronique et sans comparution physique offerte aux sociétés anonymes, aux sociétés à responsabilité limitée ainsi qu'aux sociétés en commandite par actions ;
- la digitalisation du notariat qui permettra aux notaires ainsi qu'à toute personne ayant recours à leurs services de profiter des moyens technologiques modernes.

d'actes authentiques doivent respecter pour pouvoir être établis sous format électronique.

... dans la loi modifiée du 10 août 1915 concernant les sociétés commerciales (LSC)

Afin d'octroyer aux sociétés anonymes, aux sociétés à responsabilité limitée ainsi qu'aux sociétés en commandite par actions la possibilité d'être constituées sous format électronique sans comparution physique, le projet de loi n°7968 modifie l'article 100-4 de la LSC dans ce sens. En outre, la libération du capital en numéraire pourra désormais, sous certaines conditions², être effectuée en ligne sur un compte ouvert au nom de la société à constituer et la preuve du versement pourra également être fournie en ligne.

... dans la loi modifiée du 9 décembre 1976 relative à l'organisation du notariat (Loi Notariale)

Le projet de loi n°7968 propose également de modifier la Loi Notariale afin de permettre aux notaires de profiter des moyens technologiques modernes et de pouvoir se conformer aux obligations légales nouvelles, tant sur le plan national que sur le plan

européen, qui leur imposent un fonctionnement digital. Ainsi, le projet de loi n°7968 fixe des règles et conditions pour l'établissement des actes authentiques sous format électronique par les notaires et transpose simultanément la Directive 2019/1151 pour permettre la constitution en ligne des sociétés concernées. Par ailleurs, le projet de loi n°7968 prévoit la mise en place d'une plateforme d'échange électronique notariale qui servira notamment à l'établissement des actes authentiques sous format électronique (à l'exception des testaments) et en tant que recueil des signatures électroniques des parties aux actes.

... dans la loi modifiée du 19 décembre 2002 concernant le registre de commerce et des sociétés ainsi que la comptabilité et les comptes annuels des entreprises (Loi RCS)

Finalement, dans le but d'assurer un meilleur échange d'informations via le système d'interconnexion des registres de commerce et des sociétés (BRIS) ainsi qu'un meilleur accès à l'information sur les sociétés et successales, le projet de loi n°7968 modifie la Loi RCS. Ainsi, un certain nombre de successales supplémentaires devra être immatriculé au RCS. Le gestionnaire du RCS sera

également tenu d'inscrire, de modifier ou de rayer d'office les informations concernant les personnes et entités immatriculées au RCS qui lui seront communiquées au moyen du BRIS.

La Chambre de Commerce suit les travaux parlementaires relatifs au projet de loi n°7968 avec attention et est à disposition de ses ressortissants pour toute question à l'adresse suivante : juridique@cc.lu —

1. Projet de loi n°7968 portant transposition de la Directive (UE) 2019/1151 et portant modification : 1° du Code civil ; 2° de la loi modifiée du 9 décembre 1976 relative à l'organisation du notariat ; 3° de la loi modifiée du 10 août 1915 concernant les sociétés commerciales ; 4° de la loi modifiée du 19 décembre 2002 concernant le registre de commerce et des sociétés ainsi que la comptabilité et les comptes annuels des entreprises et ayant pour objet la digitalisation du notariat.

2. Le projet de loi n°7968 propose de donner la teneur suivante à l'alinéa 3 de l'article 100-4 de la LSC : «La libération du capital en numéraire peut être effectuée en ligne sur un compte ouvert au nom de la société à constituer auprès d'un établissement de crédit au sens de l'article 4, paragraphe 1^{er}, point 1), du règlement (UE) nr. 575/2013 établi dans un État membre au moyen d'un service de paiement en ligne largement disponible qui puisse être utilisé pour les paiements transfrontières, qui permette l'identification de la personne qui a effectué le paiement et soit fourni par un établissement financier ou un prestataire de services de paiement établi dans un État membre. En outre, la preuve de ce versement peut également être fournie en ligne. ».

— EMILIA-ROMAGNA REGION —

The new Italy

TEXT International Affairs, Chamber of Commerce

PHOTO Petr Slovicek/Unsplash



When you think of Italy, what comes to your mind? The most beautiful cars in the world, like the red Ferrari? The most delicious food, like Parmigiano-Reggiano, tagliatelle al dente, or balsamic vinegar? The films of Fellini and Antonioni? The voice of Luciano Pavarotti? Well, maybe you don't know it, but when you think of Italy, you're thinking of the region of Emilia-Romagna.

Emilia-Romagna is located in north-eastern Italy. It is considered a region with a good quality of life, with plenty of UNESCO sites, a lower social exclusion rate than in the rest of Italy and Europe, and higher employment and GDP per capita. It is also a region of knowledge and research and is the number one region in Italy for innovation according to the Regional Innovation Scoreboard 2021. It is also home to the University of Bologna, the oldest university in Western Europe. It is strongly oriented towards Industry 4.0, has an innovation ecosystem with a unique high technology network integrated in seven clusters, 10 technopoles and more than 20 incubators, and is considered a big data valley, a top world hub for supercomputers and data centres. It is also a region of excellence in other ways, a global leader in industrial machinery (e.g. packaging), ceramics and aerospace, is considered a top world motor and food valley, is growing more and more in health and wellness and is home to many successful creative brands.

Vision and new projects

The Emilia-Romagna Region promotes sustainable development involving economic and social actors. The Pact for Labour and Climate – signed in 2020 by 55 regional stakeholders – aims to share a single strategy capable of tackling current difficulties by supporting the economy and society. It is a pact whose primary aims are generating quality jobs, reducing inequality and taking Emilia-Romagna through the environmental transition, thereby helping to achieve the objectives of the 2030

Sustainable Development Agenda, in particular achieving carbon neutrality by 2050 and 100% renewable energy by 2035.

Transformation is underway and the region is working hard to become a worldwide reference point for big data, aerospace, the health industry and electric vehicles.

The European Union also chose the 'Big Data Technopole-Bologna Hub' as the location of the new supercomputer Leonardo, worth EUR 120 million.

Aerospace is one of the main priorities for the region and has strong synergies with mechanical engineering and the automotive industry. There are also companies in many sub-sectors like composite materials, nanosatellites, printed circuits or chemical fibres machinery.

The region is rated number one in Italy for the efficiency of the healthcare system and network of university hospitals, including 'Istituto Ortopedica Rizzoli 8', which has been rated best hospital in the world (Newsweek 2021).

Emilia-Romagna is governed by a business-friendly public administration that supports new investments, offering financial incentives and reliable governance together with easy and fast procedures, including a specific Regional Law for the Promotion of Investments (n. 14/2014). The law supports innovation and specialisation and encourages R&D projects by entering into agreements directly with investors.

Bologna, Emilia-Romagna (Italy)



Research expenditure has increased steadily over the last years, with 45,000 employees in the public and private research systems. Research activity is carried out by universities and research centres as well as by a network of labs and dynamic companies, including about 1,300 innovative startups.

Internationalisation

Internationalisation firstly means trade with foreign markets to be increased also through production agreements and investment abroad. This is why Emilia-Romagna - with 19,609 exporting companies - is the leading Italian region for export value per capita and the second for total exports.

About 1,200 foreign companies are already invested in Emilia-Romagna, including some of the most important FDIs in Italy in recent years such as Philip Morris, Volkswagen-Lamborghini and Faw-Silk-EV.

Focus on Luxembourg

Long-time friends, about 23,500 Italians live in the Grand Duchy and tourists and businessmen enjoy four flights per week to Bologna.

Emilia-Romagna exports to Luxembourg amounted to EUR 122 million in 2021, while imports represented 87 million in the same year. The main exporting sectors are manufacture of clay building materials, processed and preserved fruit and vegetables, motor vehicles and apparel. The main importing sectors are steel and plastic products.

About 123 foreign companies in Emilia-Romagna are owned by groups/funds located in Luxembourg. Further partnerships can be developed in the fields of innovation, space (space mining and commercial space vehicles) startups (MATCH Emilia Romagna programme) and in health, digital, green and creative industries. —

A **Trade Mission** is scheduled for October/November 2022. Contact Italia@cc.lu for more information.

Useful contacts

Luxembourg Chamber of Commerce

International Affairs
Nil Blanchy / Edith Stein
☎ (+352) 42 39 39 – 338 / 482
✉ Italia@cc.lu
🌐 www.cc.lu

Regione Emilia-Romagna

Regional Department for Innovation,
Internationalisation and Investment
Ruben Sacerdoti
☎ (+39) 051 527 6309
✉ ruben.sacerdoti@regione.emilia-romagna.it
🌐 www.investinemiliaromagna.eu



Aldo Trisciuglio
CEO, Log2go

Quelles sont vos relations commerciales avec l'Italie et en particulier l'Emilie Romagne ?

Notre société fait du négoce de matières premières alimentaires. Je l'ai créée en 2001 après avoir travaillé 14 ans pour l'entreprise Ferrero où je dirigeais le service des Achats. En créant Log2go, j'ai décidé de proposer en B2B les produits que j'avais l'habitude d'acheter (noisettes, cacao, chocolats, amandes, fruits...) et ainsi d'aider des fournisseurs d'Europe du sud à trouver de nouveaux marchés, notamment en Europe du nord. Aujourd'hui, nous vendons nos matières premières et ingrédients partout dans le monde, pour un volume d'environ 15.000 tonnes par an et l'Italie représente une importante source d'approvisionnement pour nous. L'Emilie Romagne en particulier est connue pour la qualité de son offre agro-alimentaire. Deux des plus importants fournisseurs mondiaux d'oeufs et de produits à base d'oeufs sont installés dans cette région.

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

L'Emilie Romagne est une région très active et pas seulement dans le domaine de l'agro-alimentaire, branche que je connais le mieux. Toute l'industrie y est très développée. C'est donc un marché intéressant pour des entreprises qui proposent de l'équipement ou des services destinés à cette cible. C'est une région vraiment en pointe et à l'avant garde pour tout ce qui concerne la recherche, le développement et l'innovation. On peut y trouver des clients, des fournisseurs ou des partenaires fiables et sérieux. En outre, d'une manière générale, les italiens sont à l'écoute, disponibles, flexibles, créatifs et très professionnels. Il est donc très facile de nouer des relations commerciales avec eux et de chercher ensemble des solutions à toutes sortes de besoins.

Quels risques ou difficultés peut-on y rencontrer ?

Je ne vois personnellement aucun risque associé à ce marché. Les choses sont évidemment plus faciles quand on parle italien, mais la plupart des structures peuvent travailler très facilement en anglais. Il n'y a donc aucune difficulté de communication.

Quels conseils donneriez-vous aux entreprises qui voudraient travailler avec ce pays ?

La meilleure façon de trouver des partenaires italiens est de fréquenter les foires et salons. Les entreprises italiennes y sont très présentes, que ce soit en Italie, en Europe ou même plus loin.

The Interview

Sebastian Reddeker

Directeur,
Luxembourg for Tourism

«Le Luxembourg doit mettre l'accent sur l'expérience unique qu'il propose, qui est tout à la fois urbaine, culturelle, cosmopolite.»



— LUXEMBOURG FOR TOURISM —

« La destination Luxembourg a un énorme potentiel! »

TEXTE Corinne Briault

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz et LFT/ UliFielitz (01) ; LFT/ EscherKulturLaf Asbl (02) ; LCTO (03) ; LFT/ PaulHilbert (04) ; LFT/ AlfonsoSalgueiro (05), Pancake (06)

Le tourisme pesant un poids non négligeable dans l'économie du Grand-Duché, il se devait de bénéficier d'une structure de promotion professionnelle efficace. Lancé en 2016 par le ministère de l'Économie, véritable partenariat public-privé regroupant les forces vives du secteur, *Luxembourg for Tourism* (LFT) a pour ambition depuis sa création de promouvoir le Grand-Duché comme destination touristique, principalement à l'étranger. Après deux années marquée par une pandémie éprouvante, le secteur semble reprendre des couleurs à l'orée de la saison estivale. Rencontre avec Sebastian Reddeker, directeur de LFT.

Fin 2018, vous avez pris la direction de Luxembourg for Tourism (LFT) agence nationale de marketing touristique du Luxembourg. Pouvez-vous nous en décrire les grandes missions ?

La raison d'être de *Luxembourg for Tourism* est de promouvoir le Grand-Duché comme destination touristique, dans toute sa diversité. Pour ce faire, nous coordonnons, créons et élaborons des contenus, effectuons des missions de marketing à l'international, notamment avec la presse étrangère pour faire cette promotion touristique nationale. Nos grands objectifs sont de faire connaître plus largement la destination Luxembourg, d'encourager les touristes à choisir cette destination (que ce soit la capitale ou l'ensemble du territoire) tout au long de l'année et développer une image de marque forte. Nous cherchons ainsi à valoriser le patrimoine touristique des régions et de la capitale luxembourgeoise par une promotion et commercialisation de produits touristiques et la mise en valeur des richesses naturelles, culturelles et historiques du pays. Depuis la crise liée à la Covid encore plus qu'auparavant, nous observons les phénomènes et les habitudes touristiques grâce à une panoplie d'outils statistiques, nous mettons

également en place de nouveaux outils d'analyse de l'offre et de la demande touristique. Le *digital management* nous permet, entre autres, au travers de nouvelles applications et bases de données, de constituer des plateformes d'échanges et de concertations pour une meilleure collaboration et la mise en place d'actions communes entre les acteurs publics et privés du tourisme. Dans ce cadre, nous avons notamment refondu notre site internet pour que la navigation soit plus fluide et durant la pandémie, nous avons lancé l'application Visit Luxembourg qui a déjà atteint le nombre de 42.000 utilisateurs (voir interview dans le Dossier central du magazine, ndlr).

Nous proposons dans ce magazine un dossier consacré au tourisme et aux entreprises de loisirs. Quels sont, selon vous, les atouts et les richesses que le Luxembourg peut mettre en avant ?

Le Luxembourg dispose de nombreux atouts dont bénéficient le tourisme de loisirs: une position stratégique au cœur de l'Europe, des secteurs économiques innovants et une nature intacte et attrayante. Nous misons désormais davantage sur la digitalisation de notre offre touristique et sur le développement d'infrastructures de haut niveau. Le

Luxembourg souhaite exploiter durablement son potentiel touristique en optant pour une démarche de qualité, et en offrant une expérience de séjour unique. Ceux qui découvrent le Luxembourg pour la première fois sont souvent enchantés car c'est une terre de contrastes et une destination qui offre un énorme éventail d'activités à la ville comme à la campagne, avec une grande variété de paysages. Le pays est ancré dans une histoire riche où l'on peut découvrir des châteaux, des friches industrielles, une nature authentique comme le Mullerthal, maintenant classé parmi les géoparc reconnus par l'UNESCO, ou la région Eislek. De plus, ces dernières années, l'offre de randonnées à pied et à vélo s'est étoffée et est tout à fait exceptionnelle. La taille humaine du pays permet à ses visiteurs de découvrir très facilement une multitude de choses très différentes. La multiculturalité et le multilinguisme de la population sont un avantage, et se reflètent également dans une offre culturelle importante tant dans de grandes institutions comme la Philharmonie ou le Mudam que dans des festivals ou manifestations plus modestes. Enfin, le pays n'est pas en reste pour tout ce qui a trait à la gastronomie où l'offre est, là encore, le reflet du dynamisme du pays, bien doté en



restaurants étoilés. Dernier atout, et pas des moindres dans le choix d'une destination, le Luxembourg est reconnu pour être un pays sûr et pour sa qualité de vie.

Et quels sont les points négatifs sur lesquels le pays peut apporter des améliorations ?

Il y a encore des efforts à faire sur certains points. Par exemple, il y a un manque évident d'établissements classés 5 étoiles et nous ne sommes pas à la pointe sur les établissements à grandes capacités hôtelières. De plus, il y a une forte demande sur les hébergements insolites qui ont le vent en poupe et qui ne sont pas encore assez développés sur le territoire et cela pourrait nous aider à améliorer notre image de marque car le pays pourrait proposer un choix d'hébergements encore plus vaste pour attirer les touristes. Et, il y a un gros travail à faire sur les problèmes liés à la mobilité: le trafic est un énorme défi pour le pays. Cela concerne particulièrement la *last mile*: les autocaristes ont bien souvent beaucoup de mal pour se garer à proximité des sites touristiques, faute de parkings suffisants

et cette problématique touche également les touristes, de plus en plus nombreux, qui ne choisissent pas la voiture comme mode de transport pour visiter un pays: pour eux, atteindre certaines destinations est un peu compliqué. Le Luxembourg devra penser à revoir sa copie sur ce point.

Savez-vous qui sont les touristes qui viennent visiter le pays? Et ce qui les a incité à choisir cette destination ?

La première grande catégorie, qui représente 1/3 de nos visiteurs, est celle que nous appelons les «*explorers*»: ils ont entre 25 et 55 ans, ont fait des études supérieures, ont un bon niveau de vie et sont ouverts aux nouvelles destinations et expériences. Ce sont ceux que nous souhaitons attirer sur notre territoire car leurs aspirations collent à notre offre touristique. La seconde catégorie est celle qui est friande de nature, également attirée par le Grand-Duché comme destination touristique et sur laquelle nous avons une carte à jouer.

En 2021, dans notre top 10 des nationalités venant visiter le Luxembourg se trouvaient sur le haut du podium: les Belges, puis les

Néerlandais, les Allemands (avec encore un gros potentiel) et les Français. Concernant le choix de la destination, 1/3 des touristes choisissent le pays car c'est une nouvelle destination pour eux, 10% car ils l'ont découverte via un reportage photos, 10% car ils combinent cette destination avec un voyage dans un ou plusieurs des pays voisins, par exemple après un séjour en Alsace ou dans les Ardennes, également très visitées: c'est une opportunité à exploiter. Il est à noter que 34% des visiteurs reviennent car ils ont eu une expérience précédente très positive du pays, 28% car le Grand-Duché est facile d'accès (il n'y a pas besoin de s'y rendre en avion, le train et la voiture peuvent suffire), 23% estiment que c'est une nouvelle destination à découvrir, 11% car le pays leur a été recommandé par des amis ou de la famille et 11% estiment que c'est une destination qui sort des sentiers battus.

Depuis votre nomination à la tête de LfT, avez-vous vu des changements notables dans le secteur du tourisme ?

Depuis ma nomination, on peut en effet noter quelques changements, au nombre



01



02



03



04

01. 02. 03. 04. Le pays dispose de nombreux atouts à découvrir qui sont autant de richesses naturelles, culturelles et historiques : la rocher creux dans le Mullerthal (01), les rives de la Moselle (02), les friches industrielles à Belval (03) ou les casemates à Luxembourg Ville (04).

duquel le tourisme de proximité qui s'est beaucoup développé. Les expatriés par exemple, en ont profité pour vraiment découvrir leur pays de résidence. Puis, beaucoup de nouvelles activités ont pris de l'ampleur. Le digital a fait un bond en avant et s'est mis en place à une vitesse incroyable et l'objectif est maintenant de continuer à promouvoir les initiatives de digitalisation existantes pour que le pays puisse proposer une offre touristique moderne. Nous avons également remarqué que les activités liées aux randonnées à pied ou à vélo ont explosé. Les destinations européennes ont le vent en poupe et ce marché de proximité a encore un fort potentiel. Il y a aussi une forte demande pour les campings et les camping-cars. Certainement car ils ont offert plus de liberté lors de la pandémie. Le tourisme urbain remonte bien et les *city trips* connaissent un succès non négligeable. De plus, la part des résidents est revenue à son niveau d'avant Covid : elle concernait 11% des réservations en 2019, 20% en 2020 et 11% en 2021.

«La taille humaine du pays permet à ses visiteurs de découvrir très facilement une multitude de choses très différentes.»

Il y a deux ans, la Covid, pandémie mondiale inédite, a eu un impact sur tous les secteurs de l'économie, et a touché très durement celui du tourisme. Selon vous, le Luxembourg a-t-il plus ou moins souffert que d'autres destinations ?

Le Luxembourg n'a ni plus ni moins souffert que d'autres destinations. Le secteur, au Luxembourg comme à l'étranger, a généralement connu une baisse significative de l'activité de l'ordre de 50%. Le nombre des nuitées était de 2,9 millions en 2019, 1,5 en 2020 et 2,1 en 2021. Nous ne sommes pas encore revenus au niveau d'avant pandémie. Cela pourrait notamment s'expliquer par le fait que le tourisme lié au *business* a

beaucoup baissé, d'environ 1/3 par rapport à l'avant crise, et nous ne savons pas s'il va retrouver son niveau d'avant pandémie. Des études internationales montrent qu'il y a bien eu un effet visio-conférences qui a joué sur les déplacements business. A contrario, actuellement, le voyage d'affaires est couplé avec un séjour découverte de l'endroit. Il faudra voir maintenant si cette tendance va se pérenniser et comment elle pourrait se développer à l'avenir.

Le pays a-t-il pris conscience depuis la pandémie que le secteur du tourisme est important pour l'économie ?

Cette prise de conscience est antérieure à la pandémie. Les résidents se disent très fiers



05. 06. Le pays investit dans les pistes cyclables, les sentiers de randonnées et les offres combinées pour des séjours proposant une large gamme d'activités dans la capitale ou ses régions avoisnantes.



06

de ce que leur pays offre aux touristes. 83% déclarent important de soutenir le tourisme, 61% de le soutenir en cas de crise sanitaire et 33% veulent voir le tourisme et le nombre des visiteurs se développer davantage dans le pays. C'est très positif et c'est important d'avoir le soutien de la population locale pour que le secteur du tourisme puisse encore prendre de l'importance. On le voit, cette sensibilité et cette connection avec la population ne sont plus toujours de mise, même si le tourisme est un moteur pour l'économie locale. À Amsterdam ou à Barcelone, ces dernières années, le tourisme s'est progressivement élevé dans l'échelle des préoccupations des résidents comme une source de mécontentement et les populations souhaitent maintenant plutôt freiner le tourisme de masse qui étouffe les villes. Au Luxembourg, tout le monde s'accorde sur le fait que le tourisme crée une valeur ajoutée tangible et améliore de fait la qualité de vie de tous, résidents, touristes et même frontaliers.

Y-a-t-il de nouvelles demandes de la part des touristes? Comment le pays y répond-il?

Nous avons remarqué une demande accrue pour les séjours sportifs, le *slow travel*, les séjours *wellness*, VTT ou gastronomiques et le tourisme écologique durable et responsable. Cela s'est renforcé depuis la crise. C'est tout à fait dans la stratégie que nous souhaitons développer pour le pays. Nous ne souhaitons pas nous tourner vers le tourisme de masse mais vers un tourisme de qualité, qui intègre les spécificités du Grand-Duché. Dans ce sens, toute une série d'initiatives s'installe progressivement: le pays investit dans le développement des pistes cyclables, des sentiers de randonnées ou dans les offres combinées.

Lex Delles a présenté récemment sa nouvelle stratégie touristique pour le Luxembourg, visant notamment à créer une offre touristique authentique de haute qualité adaptée aux besoins des visiteurs. Avez-vous participé à son élaboration?

Bien entendu, nous avons accompagné ces réflexions au travers des recherches sur les différents marchés et du renouveau de la marque touristique. Le but est que le pays ait sur son territoire des entreprises

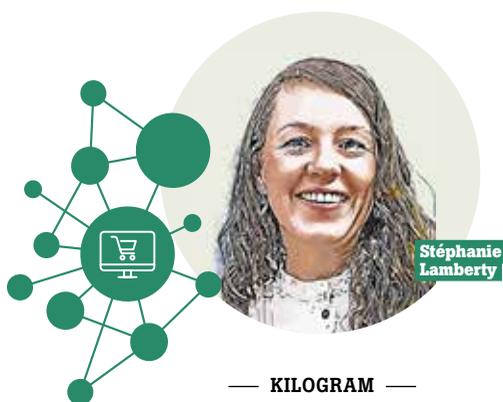
attractives et résilientes et qui répondent aux exigences modernes.

Selon vous, comment le secteur va-t-il évoluer dans les années à venir? Quelles cartes le pays a-t-il encore à jouer?

La destination Luxembourg a un énorme potentiel et il y a encore beaucoup de choses à inventer. Le Luxembourg doit mettre l'accent sur l'expérience unique qu'il propose, qui est tout à la fois urbaine, culturelle, cosmopolite et misant sur l'ouverture et la tolérance. Un condensé des valeurs européennes en somme. La pandémie et la guerre en Ukraine montrent combien ces valeurs sont importantes. Le Luxembourg, petit pays europhile, peut devenir une destination offrant une expérience touristique inoubliable. Si on le choisit pour l'un ou l'autre de ses aspects, il faut que son offre gastronomique, culturelle, ou historique... incite les visiteurs à prolonger leur séjour sur place. Je pense également que la digitalisation et la durabilité vont encore se développer. Il y a encore tout un panel d'offres touristiques à définir pour répondre aux nouvelles demandes. Puis, il y a des niches à pérenniser comme par exemple le tourisme culturel. Enfin, il nous faudra aussi penser à miser sur l'expérience positive des visiteurs qui peuvent devenir des ambassadeurs de la destination en en parlant positivement. Ces personnes d'influence sont celles qui inciteront les autres à découvrir le pays, ce qui nous amènera sans aucun doute à définir de nouveaux indicateurs touristiques pour étudier les nouvelles habitudes, comme par exemple, les dépenses, la loyauté, la recommandation, le soutien du tourisme de la part des résidents ou la suppression de la saisonnalité. Mais avant tout, le Luxembourg doit continuer à miser sur la qualité de son offre! —

Starting Blocks

Pointing to the upswing in the Luxembourg entrepreneurial scene, Starting Blocks presents startups from a range of sectors. Here's what the founders have to say about their work in the world!



— KILOGRAM —

Local, zero waste & organic groceries online

Pitch your startup!

Shopping local, natural and zero waste takes time and energy, right? With *Kilogram.lu* it all becomes much easier. In just a few clicks it's possible to get daily basics as well as those delicious cookies from a nearby farm. As entrepreneurs, we realise that we must do a better job of providing alternative choices: awesome zero-waste items, fun sustainable ideas and beautiful local products. They come in returnable jars and there's no need to clean anything before returning (save that water!). When returned to us, all of our jars are cleaned to high food safety standards.

Why Luxembourg?

There are so many delicious products in Luxembourg and the surrounding countries. We want to promote the local know-how and help people discover the best of it. Without the packaging.

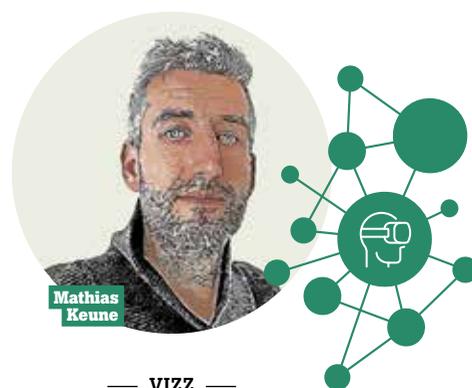
What is the next step?

Make zero waste easily available to everyone, and extend our offer to the point people won't even have to go to the supermarket anymore.

What change do you hope to create in the world?

Make people happy and proud. We all know it's now or never, it's time to take action for us and for the future. Ditch the single-use life and get started! —

■ More info: kilogram.lu



— VIZZ —

Simplified online management for the arts

Pitch your startup!

With Vizz we offer the development of cutting-edge technology in the field of Virtual Reality, Augmented Reality, Real-Time 3D and Metaverse to provide businesses and brands with the most interactive, engaging and unforgettable digital experience in Luxembourg and beyond.

Why Luxembourg?

Luxembourg offers us an excellent environment through the continuously growing commitment of local companies and the government in digitalisation and adoption of innovative technology.

What is the next step?

A very important milestone for us will be the finalisation and launch of the recently developed first and fully photorealistic Metaverse for Luxembourg called, 'The Duchy'.

What change do you hope to create in the world?

By combining immersive VR technology and highly realistic 3D environments, our goal is to significantly improve the way people meet, communicate and collaborate. —

■ More info: www.vizz.lu

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 :



Startup

Michelle Glorieux

CEO & fondatrice, TA-DA!
Language Productions

La passion des langues

TEXTE Marie-Hélène Trouillez

PHOTOS Matthieu Freund-Priace/ Primatt Photography

Originnaire des États-Unis, Michelle Glorieux, la fondatrice américano-luxembourgeoise de TA-DA! Language Productions, a posé ses valises à la House of Startups au Grand-Duché en 2020 pour y créer sa société de production de livres audio à partir de papier interactif. Son objectif? Favoriser l'apprentissage des langues dès le plus jeune âge autrement qu'avec un écran. Dès 2021, elle a pu convaincre Barnes & Noble, la première chaîne de librairies aux États-Unis, et Amazon, le plus gros libraire en ligne, ainsi que de nombreuses librairies et points de vente un peu partout dans le monde.

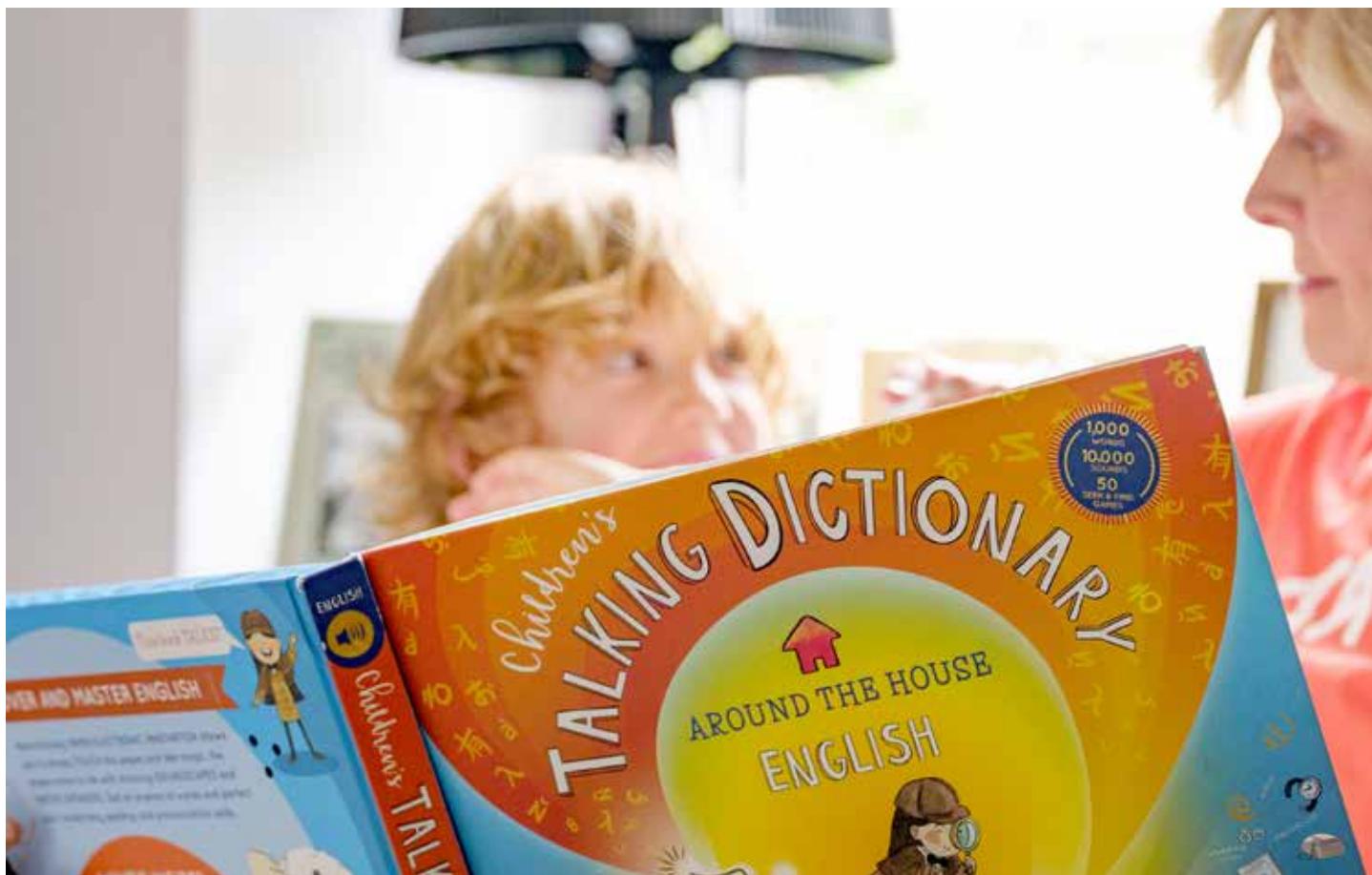
Professeur de langues, journaliste, vous parlez plusieurs langues. D'où vient votre intérêt pour les langues, ce qui est plutôt rare pour une Américaine?

Je suis originaire de Nashville, la capitale de l'État du Tennessee aux États-Unis, et j'ai beaucoup déménagé dans ma jeunesse, mon père étant dans l'armée. J'ai vécu notamment plusieurs années en Allemagne. Ces changements de lieux permanents m'ont ouvert l'esprit et m'ont obligée à sortir de ma bulle. J'avais des amis aux quatre coins du monde, au Mexique, aux Pays-Bas, aux États-Unis, etc. J'ai toujours été attirée par les langues et j'ai décidé de faire des études de français. Je voulais travailler pour une chaîne de télévision pédagogique. Puis, je suis devenue professeur de langues et j'ai créé ma propre école de langues en Belgique. J'ai noté un certain manque de confiance chez mes élèves quand ils devaient s'exprimer dans une langue étrangère. Je me suis dit qu'il fallait trouver une solution pour promouvoir une éducation qui permet à tous les enfants de s'instruire dans plus d'une seule langue. Mes élèves ont été une source d'inspiration pour moi. L'apprentissage des langues doit commencer jeune et doit surtout être une activité ludique. D'où l'idée de lancer TA-DA! Language Productions!



« TA-DA! Language Productions produit des livres intelligents en papier qui intègrent des voix audio. »





Domiciliée aux États-Unis, qu'est-ce qui vous a conduit à traverser l'Atlantique pour venir vous installer au Luxembourg ?

TA-DA! a été créée au cœur de la Silicon Valley, en Californie. Je voulais produire des livres intelligents en papier et y intégrer des voix audio. Je n'ai pas reçu que des encouragements, à l'heure du digital et du tout numérique, mais je croyais à mon idée. Il n'existait rien de tel sur le marché. L'idée était d'apporter une vraie complémentarité aux écrans, sachant que le livre audio et en papier stimule des parties différentes du cerveau. J'ai constitué une équipe et mis en place un réseau de développeurs, de techniciens et de chercheurs. Mon mari est belge et travaille au Luxembourg. J'ai choisi de quitter les États-Unis avec un produit partiellement développé pour fonder TA-DA! au Grand-Duché et me domicilier à la House of Startups. À partir du Luxembourg, j'ai pu rayonner en Europe. Je me suis rendue au Salon du Livre à Bologne, en Italie, avec mon fils âgé d'un an à peine à l'époque. Je suis allée également en Espagne, en Allemagne et à Paris pour voir ce qui existait.

À part quelques spécimens de livres audio très simples, j'ai constaté qu'il n'y avait rien pour apprendre les langues.

À qui s'adressent vos livres et qu'est-ce qui fait leur particularité ?

Nos produits comprennent des livres d'aventures, proposés en plusieurs langues - anglais, allemand, espagnol, français et mandarin - et destinés aux enfants âgés de 0 à 5 ans. Les livres illustrent plusieurs univers comme le zoo, le camping, l'océan... ou encore l'espace, le dernier né de la série! Nous travaillons actuellement sur les versions luxembourgeoises de ces livres qui seront les premiers livres sonores en luxembourgeois!

Nous avons également développé des dictionnaires audio en plusieurs langues pour les 6-14 ans et plus. Le dictionnaire, à lui seul, comprend 1.000 mots et s'apparente à un livre tout à fait normal. Des études ont montré que la maîtrise de 2.500 mots permet de parler une langue couramment. Les mots de nos livres sont tous prononcés par des locuteurs natifs, allant jusque 23 voix pour que l'enfant s'habitue à différents

timbres. Chaque dictionnaire propose des chansons populaires originales, des questions culturelles, des jeux et des devinettes pour stimuler la curiosité de l'enfant. Sur la page de gauche, nous avons un grand dessin. Nous étudions actuellement une manière de rendre cette grande page interactive, avec des jeux ou des objets cachés à trouver, par exemple. Un dictionnaire renferme à lui seul 10.000 fichiers audio! Les petits livres coûtent entre 17 et 22 €, en fonction des thèmes choisis et les dictionnaires sont autour de 60 €. Nous avons apporté un soin tout particulier à la qualité et à la durabilité de nos livres. Tous fonctionnent avec des piles longue durée.

Vous avez des partenaires prestigieux qui vous suivent... Comment avez-vous réussi à les convaincre ?

J'ai eu le plaisir de travailler avec des personnes extraordinaires, qui ont toutes accepté de donner le meilleur d'elles-mêmes sans salaire, pendant des années. Certaines avaient des enfants, d'autres, des emplois à plein temps. Toutes étaient bénévoles et animées du même engagement envers les



01



02



03



04



05

«L'apprentissage des langues doit commencer jeune et doit surtout être une activité ludique.»

enfants, la culture et l'éducation. Les voix des premiers livres sont celles d'amis qui ont accepté de participer au projet. Depuis la création de TA-DA! Language Productions en 2018, j'ai la chance de travailler avec Jesse Lewis, producteur de musique et ingénieur du son, quatre fois lauréat d'un Grammy Award, également directeur musical TA-DA! Liz Psaltis est notre directrice marketing et responsable de l'édition. Liz a travaillé pendant plus de 20 ans pour de grandes maisons d'édition à New York, notamment Penguin Random House. Liz a eu la chance de promouvoir plusieurs livres à succès et a décidé de soutenir TA-DA! Joe Shochet a rejoint TA-DA! en tant que consultant et nous aide à développer nos jeux interactifs pour que nos livres répondent intuitivement aux besoins des enfants. Joe a des compétences numériques et

développe depuis plus de 20 ans des jeux éducatifs qui ont tous été primés. Il est le cofondateur et le chef de produit de codeSpark, une startup de technologie éducative financée par du capital-risque. codeSpark Academy est l'application numéro un pour apprendre à coder pour les enfants de 5 à 10 ans (plus de 30 millions d'enfants dans 190 pays). J'ai contacté Tim McCall pour lui demander de se joindre à l'aventure TA-DA! Tim a 30 ans d'expérience dans la vente, la distribution, le développement de marchés et la gestion de la chaîne d'approvisionnement. Il est vice-président et éditeur associé chez Melville House, un éditeur indépendant de premier plan possédant des bureaux aux États-Unis et au Royaume-Uni. Grâce à Tim, nous avons été introduits auprès de la personne en charge du rayon enfant chez Barnes & Noble, considérée comme la plus

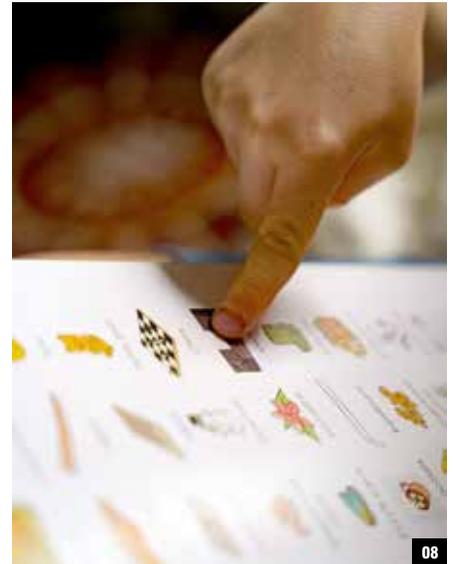
01. Michelle Glorieux a fondé sa société en 2021 au Grand-Duché, et garde toujours avec elle le prototype de son livre collector (à g.) du livre audio « Children's Talking Dictionary » pour apprendre l'anglais aux jeunes enfants.

02. Chaque mot des livres édités par TA-DA! Language Productions est prononcé par un locuteur natif et TA-DA! propose jusque 23 voix différentes, pour que l'enfant s'habitue à plusieurs timbres.

03. Pendant le développement de TA-DA!, Michelle a régulièrement testé ses livres avec des enfants et son fils Christian (photo) qu'elle emmène partout avec elle.

04. TA-DA! a développé plusieurs articles personnalisés, notamment des tee-shirts, bodys et sacs.

05. Pour l'achat d'un livre, TA-DA! s'engage à reverser un pourcentage au profit d'une association humanitaire qui œuvre en Éthiopie.



« Toute startup créée pour servir un objectif commercial a besoin de financements. »

06. 07. Christian apprend actuellement le mandarin grâce à TA-DA! et mémorise les mots par le jeu.

08. 09. TA-DA! a développé un concept révolutionnaire de livres audio à partir de papier interactif.

grosse chaîne de librairies des États-Unis. Barnes & Noble cherchait des livres comme ceux que nous proposons, et aujourd'hui, ils les distribuent. Ingram, un important grossiste du livre, dessert quelque 40.000 détaillants et travaille avec plus de 9.600 éditeurs. Nous avons signé un contrat pluriannuel avec Ingram, pour lancer les ventes et la distribution mondiale de nos livres audio. Nos livres sont produits en Chine. Nous travaillons avec le premier fabricant mondial du livre audio qui emploie quelque 13.000 personnes.

Tout s'est mis en place très rapidement. Nous avons réalisé une première levée de fonds auprès de business angels pour imprimer nos six premiers titres, avec lesquels nous sommes allés sur le marché dès avril 2021. Nos ventes ne cessent d'augmenter et elles explosent sur Amazon et auprès des librairies de la chaîne Barnes & Noble !

Le formidable accord avec la chaîne Barnes & Noble a-t-il eu un impact sur la distribution au Luxembourg ?

Nous avons eu la possibilité de vendre nos livres chez Ernster, au Pall Center, chez



10. Michelle Glorieux est engagée dans une course contre la montre pour réunir deux millions d'euros et continuer à produire ses livres et honorer ses contrats.

11. Ella, le lapin de Christian, suit avec attention les progrès de son jeune maître.

Sichel Home et à la librairie Bicherhaischen. Au Luxembourg, le gouvernement encourage un environnement multilingue chez les tout-petits. La petite enfance est un âge particulièrement propice à l'apprentissage des langues, qui se fait de manière intuitive et naturelle. Pour saisir cette formidable chance, le gouvernement luxembourgeois a introduit en septembre 2017 un programme d'éducation plurilingue pour les enfants de 1 à 4 ans. Toutes les crèches au Luxembourg portent une attention particulière au développement des langues chez les enfants, grâce au jeu ou à l'apprentissage de comptines, avec un personnel éducatif qualifié et spécialement formé. Nous sommes en discussion pour fournir nos livres aux crèches du Grand-Duché. Ils apportent une aide précieuse et constituent un outil sur mesure qui cadre parfaitement avec cette exigence.

Vous faites preuve d'une énergie débordante et tout semble si simple... Le financement de la production de vos prochains livres est-il assuré pour plusieurs années ?

Une startup est toujours en mode levée de

fonds. Toute startup créée pour servir un objectif commercial a besoin de financements. Les levées de fonds sont importantes, car elles contribuent à la croissance d'une startup. Nous sommes actuellement dans un nouveau *round* pour accélérer notre croissance. Nous avons également la possibilité d'obtenir une subvention du gouvernement luxembourgeois et de Luxinnovation qui viendra s'ajouter aux montants des investisseurs privés.

Avez-vous d'autres projets ?

Nous avons créé une nouvelle série de livres interactifs «I just heard» qui plonge les enfants de 0 à 5 ans dans un univers entièrement guidé par la musique et les sons. Dans le premier livre de la série dont la parution est prévue en octobre 2022, un personnage emmène l'enfant au Mexique. L'enfant voyage dans les rues de Mexico, entend les vendeurs haranguer la foule, le son des guitares d'un groupe de mariachis ou le folklore raconté par la chanson *ranchera*, une forme de composition musicale traditionnelle chantée. Les prochains livres de la série présenteront d'autres contrées,

avec des chansons propres à chaque pays et des morceaux de musique traditionnelle. La musique permet à l'enfant de prêter attention aux paramètres musicaux d'une langue, le motive et l'aide à mémoriser.

Etes-vous plutôt fière ou plutôt étonnée de votre succès ?

Parfois, j'ai l'impression que ce projet est plus grand que moi. Il faut aussi faire face à l'incompréhension de certains. Mais je suis entourée de bons professionnels et de personnes passionnées. Je souhaite aller jusqu'au bout de mon idée et explorer toutes les pistes de l'apprentissage des langues, que ce soit par le jeu ou la musique. Je me sens investie d'une vraie mission !

Plus d'informations :

www.tadalanguages.com

Startup

Johannes Berdin

CEO & Founder, Urban TimeTravel

The Moving Time Machine

TEXT Marie-Hélène Trouillez

PHOTOS Matthieu Freund-Priacel/Primatt Photography

Created in 2017 by the German-born Johannes Berdin and three team members, Urban Timetravel is specialised in virtual reality. The Luxembourg based startup offers virtual reality time-travel tours through the capital, and more recently through Esch to explore the history of Belval. Its objective is to make history more engaging and memorable by bringing our cultural heritage to life and offering a unique touristic and sightseeing experience.

What is your background and how did you come up with the idea of founding Urban Timetravel in Luxembourg?

I studied to become a computer engineer. I have also always loved video games and the creation of Urban Time-travel came along with my gaming hobby. Indeed, I find playing in a static world unfortunate and came to the realisation that there was potential to explore with scrolling virtual reality images, while the viewer is moving. One of my professors, Matthias Haaf, from the University of Karlsruhe, heard that the city of Luxembourg had launched a call to develop virtual reality projects to strengthen the tourism industry. The creation of Urban Timetravel stemmed from this project idea. In 2018, I created my company in Luxembourg and started working with the Luxembourg City Tourist Office (LCTO) and the City of Luxembourg.

What is Virtual Reality in a nutshell?

Virtual reality or simply VR is a computer technology that uses software to replicate a real or imagined environment. The user can interact with its surroundings and behave as if they were really there. To experience this virtual world, a special device - a VR viewer, sometimes also called a headset - is needed to view and interact with the environment.

And what makes the future of VR look bright according to you?

Virtual reality is an interesting new technology. VR technology is increasingly seen as a new medium for entertainment experiences. It is definitely on the rise. It not only

'Our objective is to make history more engaging and memorable by bringing our cultural heritage to life and offering a unique touristic and sightseeing experience.'





RUSSE
ress VR

RT ON
2022



01

'The applications for virtual reality are limitless!'

01. In 2017, German-born Johannes Berdin founded Urban Timetravel, a startup that specialises in virtual reality (VR), with three team members.

02. 03. 04. The VR experience in the moving Petrusse Express city train provides a 360-degree immersion.

05. Urban Timetravel offers the world's first timetravel experience in a hyper-realistic environment.



02



03

improves memory and retention but also fosters better engagement. Being immersed in what you're experiencing motivates you to fully understand it and requires less cognitive load to process the information. This technology will continue to push boundaries, creating new and immersive experiences that go beyond the traditional 2D screen.

How did your first project with the city of Luxembourg evolve since 2018?

This was a new pilot project for the city of Luxembourg, the LCTO and Urban Timetravel. We were asked to offer to the public a bus tour that shows the Pfaffenthal in the nineteenth century with the help of virtual reality. We worked for several months on a concept, before testing how the tour was received by the public. We started this adventure with a five-seater minibus. The headsets still had cables and the truck was full of technology and heavy equipment. In 2019, we conducted the first trials with next-generation wireless VR glasses.

Unfortunately, in March 2020, the Covid crisis prevented us from further developing our product. Nonetheless, we continued to work closely with the city of Luxembourg to fulfill our contract and finalise the product. It goes without saying that we failed in securing any additional contracts during the health crisis.

We took advantage of this imposed break to meet with the city of Luxembourg, *Sightseeing.lu* and their online booking platform Moyocci (Moyocci stands for 'moments of your choice') and see how we could develop sales, while waiting for our activities to resume. *Sightseeing.lu* operates the Petrusse Express, the city's tourist train that takes passengers on a journey through time thanks to virtual reality. The Petrusse Express departs from the Casemates du Bock and heads towards the Rham plateau and the Grund. When approaching the old mustard mill, the so-called 'Muerbelsmil-len' in Pfaffenthal, the passengers of the Petrusse Express are invited to put on the VR headset and to choose one of the four

languages to listen to the guide and the musical setting. Only the first of the three cars, which can accommodate 15 people, is equipped with VR viewers. Urban Timetravel offers a 360-degree immersion for about 15 minutes. The time travelers can step straight into the past, in the year 1867 of our era precisely. This date is crucial for Luxembourg whose independence was confirmed in 1867, after a turbulent period that even included a brief time of civil unrest against plans to annex Luxembourg to Belgium, Germany, or France.

When purchasing their tickets, tourists can choose between a normal tour with an audio guide for EUR 14.50 or a virtual reality tour at EUR 29.50. In the latter case, travelers can take a seat in the first car equipped with VR viewers. The tour lasts 30 minutes, but 15 people get the chance to experience a virtual reality tour, while the others continue the normal audio tour.

What makes Urban Timetravel's experience so unique?



04

Virtual reality is implemented in a geolocalised vehicle. For five years we have been working on virtual reality in motion. We were the first to offer this innovation in Luxembourg. This is what makes Urban Timetravel's experience so unique! All passengers move forward at the pace of the Petrusse Express train driver. The carriage accelerates when the driver accelerates, and above all, the VR headset shows exactly where the passengers are in real life. We have also developed a new feature: a button on the headset allows to switch views from virtual to real and compare both places without having to remove the device.

Do you ever travel incognito on the train with tourists? What are their reactions?

I love traveling with tourists and listening to their reactions. Very often, they regret that

the time passes too quickly. Most of them exclaim, 'what, it's over already?'

What is the workload required to make such a virtual film? How did you proceed?

We exchanged with historians and studied many documents from the photo library and from two museums in the city of Luxembourg to recreate the streets. Moreover, we consulted the city's archives while also referring back to old descriptions. We also tried to find meaningful anecdotes, which are always interesting to create suspenseful scenes. Finally, we often interview residents in the city we work for. They provide very useful details and recount authentic stories. Based on all the information we gather, we first create a scene before modeling a 3D environment. The computer recognises the



05

'For five years we have been working on virtual reality in motion.'



building blocks and reproduces the model. Sometimes the pattern is used several times, for example to make half-timbered houses. We use the same process to create the characters that we can also animate. The result is really close to the historical reality.

You have also won a project with the city of Esch, as part of the Esch2022 festivities! What did you develop?

After the success of the Luxembourg City tour, we were contacted by the city of Esch. We were requested to develop an interactive journey through Belval's history. Visitors travel a route on a bus and are transported back in time using a VR headset. Regarding Belval, we worked on a virtual tour through the Bel-Val spring, the Adolf-Emil-Hütte (AEH) (smelting, steel and rolling mill) and the blast furnaces. The Bel-Val spring was discovered

in 1868. At the beginning of the 20th century, the mineral water was exported all over the world and was also awarded numerous gold medals. It was known for its excellent quality and healing effects. Production was discontinued as the result of growing competition, several fires, and the Great Depression of 1935. However, the spring still exists, and the water continues to flow beneath Park 'Um Belval'. The Adolf-Emil-Hütte was built between 1909 and 1912 in Esch-sur-Alzette as a smelting, steel and rolling mill. It was named after the coal and steel industrialists Emil and Adolf Kirdorf. The project is budgeted at around EUR 400,000, with the costs borne both by Esch2022 and the Directorate for Tourism. So far, the film was shot in Esch, and we have completed the production within the deadlines given to us. It is now up to the city of Esch to market it.

What do you think are the strengths of your startup to win a project?

We believe we are the perfect partner to launch VR entertainment in moving vehicles. We are a creative team, and we know how to use the advantages of Cross Reality technology. As the founder of Urban Time-travel, I have a personal and creative way of running the company which now employs two 3D artists and three software developers. All of us believe in our idea.

Did you receive any support, advice, or assistance?

We are hosted at the Luxembourg-City Incubator (LCI) at the House of Startups. Innovation hubs, incubators, business accelerators, and startup consulting services are all under one roof at the House of Startups (HoST). We received support from the LCI, masterclasses



‘Being immersed in what you’re experiencing motivates you to fully understand it.’

and training for pitching. I am a computer scientist and not necessarily good at making contacts and developing a network. Julie Jacobs, who runs the Luxembourg Business Club in Germany, helped us establish ourselves in Luxembourg. We also still have some ties to Kaiserslautern, Germany. Urban Timetravel is a member of Digital Devotion Group (DDG) in Kaiserslautern. The DDG benefits from a thriving programming and tech scene, backed by the city’s university. As a matter of fact, the HoST and the DDG work together on opportunities to improve and extend their network across national borders. One of their initiatives is the EU-TRIBE project, which aims to create, promote, and support a cross-border innovation scene in the Greater Region. To develop this project, contacts within the Greater Region are being

established both in the private and public sectors. Luxembourg is an important partner for the DDG, especially as its international reputation provides access to international markets.

Do you have any plans for the future?

Our business model is to provide VR services. Projects emerge from this expertise. We have standardised some modules, but we always develop our products in close cooperation with our customers and adapt them to their specific needs.

We have very good contact with the Moyocci team. They know the local market and we want to continue working together. VR technology is quite new, and is becoming more sophisticated every day, with a growing number of new applications in various sectors. As technology evolves, new ideas

06. 07. Urban Timetravel uses next generation wireless VR headsets.

08. 09. The journey takes passengers through the district of Pfaffenthal, where their virtual reality experience begins.

10. 11. As a highly creative thinker and an organised doer, Johannes Berdin loves to tackle the transformation of high-tech ideas into brilliant user experiences.

arise. The sensors we developed for the tourist train can be used for other vehicles. In the near future, we could possibly work in the entertainment sector. We imagine developing games with historical connotations. The applications for virtual reality are limitless! As such, more and more companies are adopting these novel technologies to benefit from their extensive functions. —

More info:

www.urbantimetravel.com

Success Story

Diana Lodomez & Yannick Ruth

propriétaires et co-gérants,
Château d'Urspelt

From Urspelt
with 

*« Nous avons coutume
de dire que nous travaillons
sérieusement sans trop
nous prendre au sérieux. »*



From Urspelt with love

TEXTE Catherine Moisy

PHOTOS Emmanuel Claude/Focalize et Château d'Urspelt (02)

Ces mots qui s'inscrivent en lettres lumineuses sur l'un des murs intérieurs du château d'Urspelt, expriment le goût du bien recevoir de Diana et Yannick Ruth-Lodomez, le couple propriétaire-gérant de l'établissement. La belle demeure a pu démarrer sa carrière hôtelière grâce au coup de cœur, en 2005, du père de Diana, Freddy Lodomez, pour la bâtisse historique au charme indéniable mais en piteux état. L'entrepreneur décide alors d'investir dans une restauration complète, manière de remercier le Luxembourg, pays qui lui avait permis de développer son entreprise de construction. Aujourd'hui, la satisfaction des clients est le moteur principal ainsi que la source d'inspiration de Diana et Yannick, aux commandes de l'établissement depuis son ouverture en 2008, après 3 ans de travaux. Chaque nouvel équipement ou service proposé tire sa source dans la volonté de faire de chaque séjour un beau souvenir, que ce soit pour une clientèle privée ou professionnelle. Merkur est allé les rencontrer à l'aube d'une saison estivale pleine de promesses.

— Depuis la restauration complète du château, vous avez entrepris d'autres vagues de travaux. Quels sont les aménagements les plus récents ?

Yannick Ruth : En 2016, nous avons ajouté une aile complète. Celle-ci respecte parfaitement le style d'origine du château, ce qui la rend «insoupçonnée». Cela nous a permis de doubler le nombre des chambres et d'ajouter un spa NUXE au rez-de-chaussée.

Diana Lodomez : Nous avons également aménagé un patio extérieur pouvant accueillir des événements, continué à développer l'offre Spa et avons rénové l'entièreté des chambres et suites durant la pandémie. Ces derniers travaux étaient déjà programmés avant la survenue de la Covid. Ce qui fait qu'au moment de la réouverture, après les confinements, tout était prêt pour accueillir nos clients dans les meilleures conditions.

Les travaux représentent des investissements importants. Sont-ils faciles à rentabiliser ?

D.L. : Nous avons beaucoup appris des premiers travaux de restauration, en étant à la fois maître d'œuvre et maître d'ouvrage. Cette expérience acquise nous fait gagner du temps, de l'efficacité et du budget. Les travaux d'agrandissement que nous avons entrepris récemment étaient vitaux pour nous car les demandes de réservation dépassaient régulièrement



01

nos capacités. Nous avons donc rentabilisé l'extension dès son ouverture.

Y.R. : Quant au fait d'ouvrir un spa, cela s'est avéré un investissement réussi. Nous l'avons ouvert à un moment de la pandémie où le Luxembourg était le seul pays à autoriser l'exploitation de ce genre de structures. Nous y avons donc accueilli immédiatement une clientèle internationale. Certains clients sont venus de Paris ou Bruxelles pour profiter de notre concept unique en forme de grotte. La couverture médiatique, notamment sur les réseaux sociaux, a encore renforcé l'attractivité internationale, dans une période où les besoins d'évasion et de détente sont grands.

Comment planifiez-vous les travaux à entreprendre ?

D.L. : Comme pour toute maison, les gros travaux sont planifiés et les urgences sont prises en charge au moment où elles surviennent. La prochaine étape sera la réfection de la grande salle de gala et celle du restaurant.

Y.R. : C'est un peu comme un jeu d'échec. Il faut en permanence penser à l'étape suivante. On essaye surtout de continuer à surprendre les clients par un dynamisme permanent sur le site.

Le fait d'être classé Monument National Luxembourgeois, est-ce une contrainte ou une opportunité ?

D.L. : Ce statut est la plus haute protection qui existe en termes de patrimoine. Cela nous impose certaines contraintes comme le fait de ne pas pouvoir apposer d'enseigne sur le château lui-même ou de ne pas pouvoir utiliser les toitures pour des installations photovoltaïques... mais c'est aussi une très belle reconnaissance de notre travail de restauration.

Vous êtes à la fois un hôtel, un restaurant, un lieu d'événements, un spa... quel est le poids de ces différentes activités dans votre chiffre d'affaires ?

Y.R. : En fait nous ne promovons pas nos activités séparément. Elles se nourrissent l'une l'autre. Ce que nous mettons en avant c'est la destination dans son ensemble. C'est un peu comme un arbre auquel nous rajoutons de nouvelles branches petit à petit, en fonction des souhaits des clients.

D.L. : Le spa est un cas un peu différent. Certains clients viennent uniquement pour lui mais c'est aussi la période particulière qui lui a donné une visibilité propre, renforcée

par une créativité certaine en termes d'équipements et de décorations.

Quel est le profil de vos clients ?

Y.R. : Depuis l'ouverture du spa nous notons un rajeunissement de notre clientèle. Parallèlement, nous voyons clairement que nous vivons une période charnière où la Covid semble derrière nous et où les événements reprennent. On assiste même à un véritable boom, que ce soit pour les fêtes privées, les événements professionnels, les rallyes, etc. Tous ces événements sont organisés avec une intensité inédite. Nous sommes encore en train d'accueillir des mariages qui étaient prévus de longue date et ont été repoussés plusieurs fois. Nous essayons de gérer le planning au mieux et de satisfaire tout le monde. Nous avons un grand château mais notre hôtel est relativement petit et il est parfois compliqué de faire cohabiter plusieurs événements. Désormais, lorsque nous accueillons un mariage nous lui réservons l'exclusivité de l'hôtel. Nous voulons vraiment privilégier le bien-être et le confort de nos hôtes.



02

En terme géographique, d'où viennent les clients ?

Y.R. : Pendant la pandémie, ils venaient surtout de la Grande Région et de l'Europe de l'Ouest. Mais en temps normal les clients viennent du monde entier. Séjourner dans un château en Europe reste extrêmement attractif, en particulier pour nos visiteurs extracontinentaux.

Notre principal défi est de conserver une forte attractivité et un bon taux d'occupation tous les jours, et toute l'année. Être une destination de weekend ne suffit plus.

Pour faire connaître notre établissement à différents publics, nous participons à de nombreuses missions économiques et salons professionnels, et ce dans le monde entier.

Par exemple, le tourisme de mémoire lié à la seconde guerre mondiale est particulièrement populaire auprès de la clientèle américaine. Ce château ayant servi de poste avancé de commandement de l'armée américaine durant la bataille des Ardennes, il a beaucoup de choses à raconter.

En ce qui concerne la clientèle de la Grande Région, nous constatons un gros impact du télétravail. Les gens se déplacent plus

facilement en semaine, sont devenus plus nomades et ont un vrai besoin de connexion à la nature, que nous avons la chance de pouvoir leur offrir.

Comment faites-vous la promotion de votre établissement ?

Y.R. : Nous participons aux pavillons nationaux que *Luxembourg for Tourism* propose plusieurs fois par an pour promouvoir la destination Luxembourg. Nous y établissons des synergies intéressantes avec d'autres acteurs du tourisme. Par ailleurs, nous consacrons 95% de notre budget promotionnel aux canaux digitaux, notamment en publication et en référencement. Nous en sommes déjà à la cinquième version de notre site web. Internet nous a fait gagner 20 ans dans la commercialisation de notre établissement. L'impact des réseaux sociaux est également révolutionnaire dans notre industrie.

Par contre vous n'êtes pas membre de réseaux de type Relais & Châteaux ?

D.L. : Nous ne souhaitons pas que notre identité et nos spécificités disparaissent au profit d'une marque ombrelle, aussi prestigieuse soit-elle. En fait nous souhaitons garder la

« Les dernières années ont parfois été rudes et les nouveaux projets aident à motiver toute l'équipe. »

01. 02. Le château d'Urspelt, vieux de plus de 300 ans, a été entièrement restauré entre 2005 et 2008 pour se transformer en un luxueux hôtel de charme, apprécié pour des séjours individuels ou des événements. Il accueille chaque année plus de 300 événements et peut s'enorgueillir d'avoir été le théâtre de 650 mariages depuis son ouverture.

03. Depuis un agrandissement opéré en 2016, l'hôtel compte quelque 60 chambres et suites.

04. Les espaces dédiés aux événements comptent 2 salons, 3 salles de séminaires et une salle de gala pouvant recevoir 150 à 500 personnes, qui sera prochainement rénovée.

05. Le spa, ouvert en 2021, propose hammam, sauna, jacuzzi ainsi que des massages et soins et surtout une piscine thématique en forme de grotte (photo) qui attire des clients d'assez loin et remporte un grand succès sur Instagram.



03



maîtrise de la façon dont nous développons l'entreprise, avec nos propres standards et nos propres valeurs. Nous avons coutume de dire que nous travaillons sérieusement sans trop nous prendre au sérieux. Nous voulons garder cet esprit familial et simple et désirons que nos visiteurs continuent à se sentir reçus comme des amis.

Pour le spa, comment avez-vous choisi votre partenaire NUXE ?

Y.R. : Nous cherchions une marque forte européenne. Nous aimons les produits NUXE et il se trouve que c'est une société familiale comme nous, ce qui nous plaisait bien.

D.L. : L'atmosphère des spa NUXE correspondait exactement à ce que nous voulions créer et il n'y avait pas encore de spa de cette marque au Luxembourg donc pas de concurrence directe sur le territoire. Pour NUXE, déjà présente en Belgique avec deux implantations, il s'agissait d'un nouveau marché. Ce partenariat est satisfaisant pour les deux parties. C'est une belle collaboration. Le personnel du spa est formé en continu par NUXE pour maintenir un niveau de service parfait. Le partenariat va même au-delà du spa puisque les produits NUXE™ sont présents dans les chambres et salles de bains de l'hôtel.

Comment innove-t-on dans le secteur de l'hôtellerie ?

Y.R. : En voyageant, en lisant et en faisant appel à notre propre créativité.

D.L. : Le fait de mettre de l'énergie dans la création de nouvelles choses permet un bon équilibre avec les tâches plus opérationnelles et répétitives. C'est positif et cela crée de l'enthousiasme.

Y.R. : Les dernières années ont parfois été rudes et les nouveaux projets aident à motiver toute l'équipe. La satisfaction des personnes qui travaillent ici est aussi importante que celle des clients. Dans le tourisme, de surcroît dans l'hospitalité, il est très important que les employés soient enthousiastes et communiquent cette satisfaction autour d'eux.

Vous proposez toute une série de services originaux comme du cinéma en plein air, des paniers de pique-nique ou encore la location de scooters... Comment en avez-vous eu l'idée ?

D.L. : Beaucoup de ces services sont nés pendant la pandémie. Il fallait proposer des activités en extérieur. Donc, nous avons fait appel à un coach sportif, mis en place le cinéma en plein air à partir d'une médiathèque de films anciens libres de droit... et nous avons installé un grand brasero avec un côté très convivial. Pour trouver les idées, on se met à la place des clients et on se demande ce que l'on aimerait trouver nous-mêmes dans un lieu comme celui-ci.

Depuis 2016, votre établissement est labélisé EcoLabel Or. Qu'est-ce que cela implique ?

Y.R. : L'EcoLabel Lux est le label écologique national délivré par le ministère de l'Économie pour les hébergements touristiques durables au Luxembourg. Il faut renouveler la démarche tous les trois ans. Plusieurs aspects sont pris en compte, l'utilisation de l'énergie, celle de l'eau, la gestion des déchets, la mobilité etc. L'idée était de nous améliorer sur ces points par soucis d'écologie et d'économie. Dès le départ nous visions le niveau or,

« Nous consacrons 95% de notre budget promotionnel aux canaux digitaux. Internet nous a fait gagner 20 ans dans la commercialisation de notre établissement. »

que nous avons réussi à obtenir pour notre plus grande fierté. Nous sommes aussi labélisés EureWelcome avec une chambre réservée aux personnes à mobilité réduite.

Laquelle de vos activités a le plus souffert de la crise Covid ?

Y.R. : Les événements internationaux et la fréquentation de la clientèle asiatique ont été stoppés net bien avant l'annonce du confinement au Luxembourg. Puis les mariages, les fêtes professionnelles et familiales ont été annulés ou reportés. Le seul marché qui restait, était celui des séjours individuels de la clientèle locale. Notre chance est que nous avons planifié les travaux de rénovation qui nous auraient obligé de toute façon à réduire notre capacité



d'accueil. Cependant, nous n'avons jamais cessé de travailler. Lorsque la deuxième fermeture des restaurants a été annoncée, nous avons organisé le service en chambres avec le même niveau de qualité qu'en salle, en concevant des menus adaptés, avec entrée et dessert tempérés pouvant être servis en une seule fois pour ne pas déranger les hôtes. Nous avons fonctionné comme cela pendant 6 mois. L'activité continue nous a permis de garder le personnel et ensuite, grâce à l'ouverture du spa, à notre grande terrasse en extérieur et aux activités nouvelles, nous avons maintenu notre chiffre d'affaires.

Qu'avez-vous appris durant cette crise ?

D.L. : La période est finalement passée assez vite car nous avons beaucoup travaillé et nous sommes restés proactifs. Nous nous lançons régulièrement des défis, comme par exemple pour le nouvel an 2020/2021 lors duquel nous avons organisé une animation musicale en extérieur, sous les fenêtres de nos hôtes, avec un repas de réveillon servi en chambres. L'hôtel était plein. Il y avait un grand feu dehors et du vin chaud. Le tout sous la neige. C'était magique ! Le plus beau nouvel an du château ! Maintenant, nous savons que nous pouvons nous adapter au jour le jour avec notre équipe et cela est un enseignement positif. Nous avons tenu tous ensemble.

Y.R. : Une grande partie de notre travail est de communiquer avec le personnel et de le former. Or il y a beaucoup de charge émotionnelle liée à la période. Le besoin d'écoute, de reconnaissance, de projets, de formation et d'accompagnement est plus élevé qu'avant.

Avez-vous des difficultés à recruter du personnel ?

Y.R. : Cette année s'annonce compliquée pour toute la profession.

D.L. : Et il ne faut surtout pas perdre la motivation de ceux qui sont déjà en place à cause d'un surcroît de travail. C'est un équilibre à trouver. Nous sommes un peu inquiets. Heureusement, tous les profils ne sont pas concernés par cette pénurie. Pour le spa et la réception nous n'avons pas spécialement de difficultés. Les postes les plus difficiles à pourvoir sont ceux de la restauration, même si nous ne travaillons pas en coupure et que le service est plus aisé dans un établissement comme le nôtre où la plupart des clients résident à l'hôtel.

Y.R. : Nous prenons soin de nos employés comme jamais. Rien ne peut fonctionner sans une équipe motivée.

Comment s'annonce votre été ?

D.L. : Nous sommes confiants et certains que ce sera un bel été. Nous avons déjà beaucoup de réservations. Sur les 4 semaines qui

« Depuis l'ouverture du spa nous notons un rajeunissement de notre clientèle. »

viennent (l'interview a été réalisée le 24 mai, ndlr), le taux d'occupation est de 80%. Il devrait dépasser les 90% en juillet et en août. Et nous réservons de nouvelles surprises à nos hôtes. La nouvelle piscine extérieure est disponible depuis juin, agrémentée d'un Pool-Bar. Si le beau temps se maintient, tout sera parfait. Un second projet d'importance est prévu pour cet automne, avec une extension du Spa destinée à des soins reçus en couple dans un espace dédié. —

Plus d'informations :

www.chateau-urspelt.lu

Success Story

Linda Gedink

Gérante, Camping Auf Kengert

MEDERNACH

QUERFOUSSWEE
BLOTEVOETENPAD
SENTIER PIEDS NUS
BARFUSSWANDERWEG

« J'ai toujours connu le camping. Je suis née dedans en quelque sorte. »

Vacances au plus près de la nature

TEXTE Catherine Moisy

PHOTOS Emmanuel Claudei / Focalize

Les campings constituent un mode d'hébergement de vacances très usité et apprécié au Luxembourg. Le pays compte 76 campings qui proposent ensemble environ 10.000 emplacements. Parmi eux, l'un des plus anciens, le camping Auf Kengert est situé sur la commune de Larochette, à l'est du pays. Son nom vient du lieu-dit Kengert qui signifie « forêt en altitude » en langue celte. Le camping est en effet implanté dans un écrin de verdure qui culmine à environ 400 m. Il propose 180 emplacements, la plupart pour tentes, caravanes et camping-cars, et quelques huttes et chalets en location. De quoi passer de belles vacances au plus près de la nature. Nous avons rencontré sa gérante, Linda Gedink qui est également secrétaire générale de Camprilux, l'association des propriétaires de campings et hébergements privés du Grand-Duché de Luxembourg et qui fut présidente de EFCO&HPA (European Federation of Campsite Organisations and Holiday Park Associations) son équivalent européen.

Quand et comment les campings ont-ils fait leur apparition au Luxembourg ?

À ma connaissance, les premiers campings ont fait leur apparition un peu avant la seconde guerre mondiale, période pendant laquelle les communes mettaient des terrains à disposition pour les campeurs. Mais le vrai démarrage est plutôt intervenu dans les années 1950 à 1970. À cette époque il y avait un véritable engouement pour ce type de vacances. C'est à ce moment-là que la plupart des campings ont été créés au Luxembourg. Depuis 1984, en revanche, plus aucun nouveau camping n'a vu le jour. Cela est dû à l'augmentation des prix des terrains mais surtout à la règle qui veut que les campings doivent être installés sur des zones de loisirs, renommées zones récréatives, indiquées comme telles dans les Plans d'aménagement généraux (PAG). Or ces zones sont devenues très rares et il est quasi impossible de changer la destination d'un terrain pour en créer de nouvelles.

Comment explique-t-on que l'on soit passé de 120 campings dans les années 1980 à 76 aujourd'hui ?

Il y a eu un tri naturel qui s'est opéré. Certains campings étaient trop petits pour être rentables, d'autres étaient exploités par des gens qui avaient un autre métier à côté et qui ont préféré se concentrer sur leur autre activité, enfin d'autres encore n'ont pas trouvé de repreneurs. Il y a eu également quelques regroupements. On assiste encore aujourd'hui à certaines





01



fermetures des plus petits terrains car le matériel de camping, surtout les camping-cars et les caravanes sont de plus en plus grands et ont besoin d'espace. Une autre tendance actuelle est le rachat de certains campings par des groupes internationaux. C'est déjà le cas de trois d'entre eux au Luxembourg. Ces nouveaux acteurs sont plus axés sur le locatif et ainsi le nombre d'emplacements nus diminue. C'est une évolution qu'il faudra surveiller.

Quelle est l'histoire de votre propre camping ?

Mon père est originaire des Pays-Bas. Il y avait fait une école d'agriculture. En 1954, il est arrivé au Luxembourg pour travailler dans une ferme. Le pays lui a beaucoup plu et il a incité ses trois frères et ses parents à le rejoindre. Ces derniers se sont lancés dans la culture des fruits. Aux Pays-Bas, ils avaient l'habitude de louer certains terrains de leur ferme à des touristes de passage. Ils ont donc fait la même chose au Luxembourg. Plus tard, ils ont été contactés par le ministère du Tourisme du Luxembourg pour développer un véritable terrain de camping. Ce type d'hébergement de vacances était en train de devenir très populaire. C'était le moment d'investir. Ils ont donc dédié une partie de leur terrain consacré à la culture de la fraise à cette nouvelle activité. C'est comme cela qu'a débuté notre camping. Pendant un temps, les deux activités ont cohabité. Puis, petit à petit il y a eu de plus en plus de campeurs et de moins en moins de fraises !

Aujourd'hui quelle est votre capacité ? Souhaitez-vous la faire évoluer ?

Nous avons 180 emplacements et pas de projet d'agrandissement. En 1999, lors de la célèbre éclipse solaire nous avons demandé une autorisation spéciale pour aménager

des emplacements, sur le terrain voisin. Nous étions montés à 250 emplacements mais cela s'est révélé trop grand et ingérable pour une petite équipe et pour la capacité des infrastructures communes (sanitaires...). 180 emplacements c'est assez. La plupart des campings tournent autour de 100 à 150.

Nous évoluons plutôt en proposant de nouveaux types d'hébergement, des huttes et des chalets. Tant que ces structures sont mobiles, construites sur roues, nous avons tout le loisir d'en construire de nouvelles, cela ne nécessite pas d'autorisation spéciale. Il suffit d'informer la commune et le garde forestier. Notre offre se complète ainsi de huttes que nous louons à la nuit, sorte de tentes en dur, sans cuisine ni sanitaire, idéale pour une étape de randonneurs ou de cyclistes et motocyclistes qui ne souhaitent pas se charger d'une tente. Et nous avons aussi de véritables chalets, sorte de petites maisons mobiles, pour des familles qui n'auraient pas d'équipement de camping ou pas de voiture pour transporter le matériel ou qui souhaitent avoir du confort pour un séjour long. Ce type d'offres a le vent en poupe depuis le début des années 2000. Nos huttes sont inscrites sur Airbnb donc une clientèle plus lointaine peut les réserver facilement. Elles ont beaucoup de succès.

Vous-même, avant de rejoindre l'entreprise familiale, avez travaillé dans l'hôtellerie. Qu'est-ce qui vous a décidé à rejoindre le camping et quelles sont les différences fondamentales avec l'hôtellerie ?

J'ai toujours connu le camping. Je suis née dedans en quelque sorte. Vers 15-16 ans je n'avais pas trop envie d'y travailler, mais ensuite j'ai décidé de faire une école hôtelière supérieure à Bruxelles. À l'issue de ces

études, je suis rentrée à l'Holiday Inn du Kirchberg. J'y ai travaillé trois ans, d'abord à la réception puis au service banquets. La différence fondamentale est qu'il s'agit d'un autre type de clientèle. À l'hôtel il y avait beaucoup de clients business, notamment américains car c'était une enseigne américaine. C'est une clientèle de passage, qui ne reste pas longtemps et avec laquelle on ne construit pas vraiment de relation. Alors qu'au camping, les gens restent plusieurs semaines et souvent ils reviennent d'une année à l'autre. On a un vrai contact avec eux. Des relations quasi amicales peuvent s'installer. Il y a par exemple une famille qui continue à venir au camping alors qu'ils étaient déjà clients du temps de mes grands-parents !

Comment peut-on innover dans votre secteur d'activité ?

En étant à l'écoute des clients et en s'informant sur ce qui se fait ailleurs, dans d'autres pays, par exemple en France et au



02

Royaume-Uni, qui sont des pays champions du camping. Il y a aussi une presse spécialisée pour découvrir les nouvelles tendances. Nous avons été les premiers à proposer une aire de jeu intérieure pour les enfants, au sein du restaurant. C'est un bon argument de vente car, même en cas de mauvais temps, les enfants sont occupés. Cette idée nous a été suggérée par un client qui avait vu cela aux Pays-Bas. Cet espace nous a permis de développer un concept d'anniversaires pour enfants. Cela nous a amené une nouvelle clientèle pour le restaurant.

Vous avez aussi proposé des promotions originales lors de vos anniversaires...

En 1996, tous nos clients avaient reçu un verre souvenir pour nos 30 ans. En 2016, pour nos 50 ans, les personnes qui l'avaient toujours, pouvaient se prendre en selfie avec lui. Les clients étaient aussi invités à fabriquer une «œuvre» souvenir de leurs vacances ici, cela pouvait être un collage, un dessin, une

création, un bricolage, quelque chose de digital... à cette occasion, nous avons pu mesurer l'attachement des clients à leur camping. Lors de cet anniversaire, nous avons aussi organisé un tirage au sort pour gagner un bon pour un futur séjour et des cadeaux offerts par nos fournisseurs. Les personnes qui avaient envoyé des souvenirs ou des selfies participaient également à ce tirage au sort. Nous avons doublé cette action d'un communiqué de presse et de messages sur les réseaux sociaux. Cela nous a rappelé au bon souvenir de quelques-uns et nous a permis de gagner de nouveaux clients.

Votre camping affiche 4 étoiles. Comment celles-ci sont-elles attribuées ?

Elles sont attribuées par le ministère de l'Économie, pour 4 ans. Il y a une liste de critères à respecter pour chaque niveau, disponible en toute transparence sur classification.lu, depuis qu'un nouveau système de classification luxembourgeois a fait

«Au camping, les gens restent plusieurs semaines et reviennent souvent d'une année à l'autre. On a un vrai contact, des relations quasi amicales peuvent s'installer.»

01. 02. La nature est omniprésente, de la forêt qui a donné son nom au camping jusqu'aux emplacements au cœur de la verdure.

« Nous évoluons en proposant de nouveaux types d'hébergement, des huttes et des chalets. »

son apparition en 2017, en remplacement de l'ancien système qui était celui du Benelux. Pour obtenir 4 étoiles il faut avoir obligatoirement une piscine et proposer une série d'équipements comme des sanitaires spacieux, un restaurant avec serveurs, une aire de jeux extérieure... Camprilux a une convention avec le ministère pour accompagner les campings dans leur démarche d'obtention des étoiles. Chaque camping peut faire sa candidature sur le site *classification.lu*. Une personne de Camprilux vient les conseiller et fait diverses vérifications (site internet, possibilités de réservation...). Une fois le dossier finalisé, cette personne et un fonctionnaire du ministère se déplacent et établissent un rapport. La candidature passe ensuite en commission d'attribution. Les campings sont encouragés à proposer de plus en plus de services car les vacanciers veulent vraiment pouvoir se détendre sans trop de contraintes. D'où le lave-linge, le lave-vaisselle, le magasin d'alimentation etc... Ainsi ils peuvent se consacrer pleinement à la nature, à la famille et aux loisirs.

Affichez-vous souvent complet ?

En nombre de vacanciers, on peut monter jusqu'à 800 personnes lorsque le camping est plein, ce qui est très souvent le cas en été. En 2020 et en 2021, les avants-saisons ont été compliquées car elles correspondaient à des pics de la Covid, mais les étés ont été bien remplis à chaque fois. Notre avantage au Luxembourg est que nous sommes près de la Belgique, de l'Allemagne et des Pays-Bas. Les clients pouvaient donc se décider à la dernière minute et repartir chez eux rapidement si un des États changeait ses mesures Covid. La météo en revanche n'a pas d'influence sur la fréquentation du camping, car les gens savent à quoi s'attendre au Luxembourg. Ils savent que le temps peut être humide et ils s'équipent en conséquence. Grâce à notre aire de jeu intérieure, nous avons de quoi occuper les enfants.

Comment fixez-vous les dates basse et haute saison qui déterminent les différents tarifs ?

On regarde les vacances scolaires et les jours fériés des pays d'où sont originaires



03



nos clients, principalement les pays voisins, les Pays-Bas et le Royaume-Uni. Nous faisons de petits ajustements d'une année sur l'autre mais cela reste relativement identique. Nous pourrions faire du *yield management* (pratique commerciale qui consiste à faire varier les prix en fonction de la demande des consommateurs, ndlr) mais cela nécessiterait d'embaucher une personne dédiée. Ce ne serait pas forcément rentable.

Vous avez digitalisé votre système de réservation. Quels avantages y voyez-vous ?

Au début du développement d'internet, nous avons élaboré un système nous-mêmes avec un simple formulaire en ligne mais depuis une dizaine d'années nous avons un vrai module de réservation, sur le *cloud*, relié au système de gestion de l'entreprise. Les clients sont habitués à réserver leurs vacances en ligne pour ne pas être tributaires des horaires d'ouverture. Les campings ne peuvent pas faire exception. La solution que nous avons adoptée, parfaitement adaptée à notre activité, a été conçue par une société néerlandaise. Une dizaine d'autres campings du Luxembourg utilisent la même. Son gros avantage est qu'elle est reliée directement au module de statistiques d'hébergements du Statec, ce qui nous évite une double saisie. Un autre aspect de la digitalisation concerne nos outils de promotion. Auparavant nous étions annonceurs dans différents guides européens de camping. Maintenant, nous passons par des plateformes digitales comme

celle de l'ANWB (automobile club néerlandais) et de l'ADAC (automobile club allemand) sur lesquelles nous ne payons que si nous avons des réservations effectives via ce biais.

La crise Covid a-t-elle perturbé votre activité ?

Cela a surtout été compliqué au début car on ne savait pas comment la situation allait évoluer et tous les clients qui avaient déjà des réservations posaient énormément de questions. À ce moment-là nous n'avions pas toutes les réponses. Pour la toute première fois de notre histoire, nous n'avons pas eu un seul client durant les vacances de Pâques. Petit à petit, nous nous sommes adaptés et nous avons trouvé des solutions, notamment un concept sanitaire approuvé par le ministère de la Santé en prévision de la réouverture. Nous avons pu nous appuyer sur la fédération européenne des campings qui a publié un fichier recensant l'ensemble des bonnes pratiques de ses membres.

En 2021, c'était déjà moins stressant car nous avions accumulé de l'expérience et les clients étaient moins angoissés également. Notre restaurant a dû fermer comme tous les autres. Nous avons donc perdu du chiffre d'affaires mais nous avons aussi bénéficié des aides mises en place par le gouvernement, dont le chômage partiel. Au niveau de la fédération Camprilux, nous avons aidé nos membres pour l'obtention des aides en les gardant informés à chaque changement. Nous avons aussi pu obtenir, en partenariat diplomatique avec le ministère du Tourisme, une possibilité de



04



05



07



06

transit par la Belgique pour nos clients néerlandais ayant une confirmation de réservation (la Belgique avait interdit à ses ressortissants de voyager, donc au début, chaque caravane ou camping-car était arrêté aux frontières).

La nouvelle crise et l'augmentation des coûts de l'énergie vous inquiète-t-elle ?

Le prix de l'énergie a en effet beaucoup augmenté. Elle nous revient quatre fois plus cher qu'avant car notre ancien fournisseur a fait faillite et notre nouveau contrat est bien moins avantageux. Or, nous ne pouvons pas augmenter les tarifs des clients qui ont déjà réservé. Nous rognons donc nos bénéfices. Heureusement, le taux de remplissage est bon. Mais nous ne pourrions pas mettre d'argent de côté cette année et nous augmenterons certainement les tarifs l'an prochain, car ce n'est pas seulement l'énergie qui augmente mais aussi toutes les prestations que nous achetons (nettoyage, denrées alimentaires, enlèvement des déchets, ...) car nos fournisseurs subissent des hausses également. À contrario, le bon côté des choses est que le camping est perçu par nos clients comme une solution de vacances de proximité et économique donc nous gagnons en attractivité dans cette période où les gens doivent faire attention à leur budget.

Vous êtes personnellement engagée dans des instances de représentation de la profession aux niveaux national et européen. Quels sont les sujets les plus discutés ?

Nous essayons de suivre ce qui se fait dans tous les ministères dès que cela touche au

tourisme et à l'hébergement. Nous donnons notre avis et nous mettons en avant les réalités du terrain. Par exemple, il fut un jour question d'imposer des allées de 3 mètres de large dans les campings pour permettre à des camions d'incendie de se croiser. C'est une règle qui n'avait pas lieu d'être et qui aurait demandé des travaux importants, sans compter la perte de place. L'un des sujets que nous discutons le plus est celui des PAG. Tous les campings sont sur des zones récréatives. Mais dès qu'un camping veut s'agrandir c'est compliqué de changer le PAG. Or, il y a de plus en plus de zones qui se superposent, Natura 2000, protections des eaux, inondations etc... et chacun de ces classements apporte de nouvelles contraintes. C'est beaucoup plus réglementé qu'avant. Nous ne contestons pas qu'il faut de la réglementation mais nous, campings, nous contribuons à préserver la nature en faisant diminuer le camping sauvage. Nous pensons donc qu'il y a un intérêt à créer de nouvelles zones récréatives pour permettre notre développement. D'autant plus que les camping-cars et les caravanes ont de plus en plus de succès. Ce sont de grands équipements qui nécessitent parfois de sacrifier des emplacements pour pouvoir les accueillir. Il va donc falloir trouver des solutions pour pouvoir agrandir les campings.

Comment s'annonce l'été ?

Pour l'instant (interview réalisée le 24 mai, ndr) les réservations sont bonnes. Sauf catastrophe imprévue, cela devrait être un bel été.

03. 04. De nouveaux hébergements ont fait leur apparition au sein du camping Auf Kengert : des huttes pouvant chacune héberger jusqu'à 4 personnes et des chalets avec terrasse comprenant deux chambres et une salle de séjour.

05. 06. 07. Quelle que soit la météo, les enfants ont de quoi s'occuper avec une piscine ouverte de mai à septembre, une aire de jeux extérieure sur sable de mer et une autre à l'intérieur du restaurant.

« Le camping est perçu par nos clients comme une solution de vacances de proximité et économique donc nous gagnons en attractivité dans cette période où les gens doivent faire attention à leur budget. »

Et à plus long terme, quelles sont vos perspectives ?

J'attends un peu de savoir ce que va décider mon fils qui étudie l'économie des loisirs (camping, parc d'attractions, animation), en alternance avec un emploi dans un camping de Bavière. Ce sera à lui de décider s'il veut prendre ma suite. En attendant sa décision, nous ne prévoyons pas de nouveaux grands investissements. Nous sommes encore en train de payer les derniers travaux des sanitaires. Mais il est vrai que ces nouveaux équipements nous permettent de maintenir notre attractivité et d'augmenter nos tarifs. —

Plus d'informations :

www.kengert.lu/fr/home

Meet our Members



— TORREFAKT —

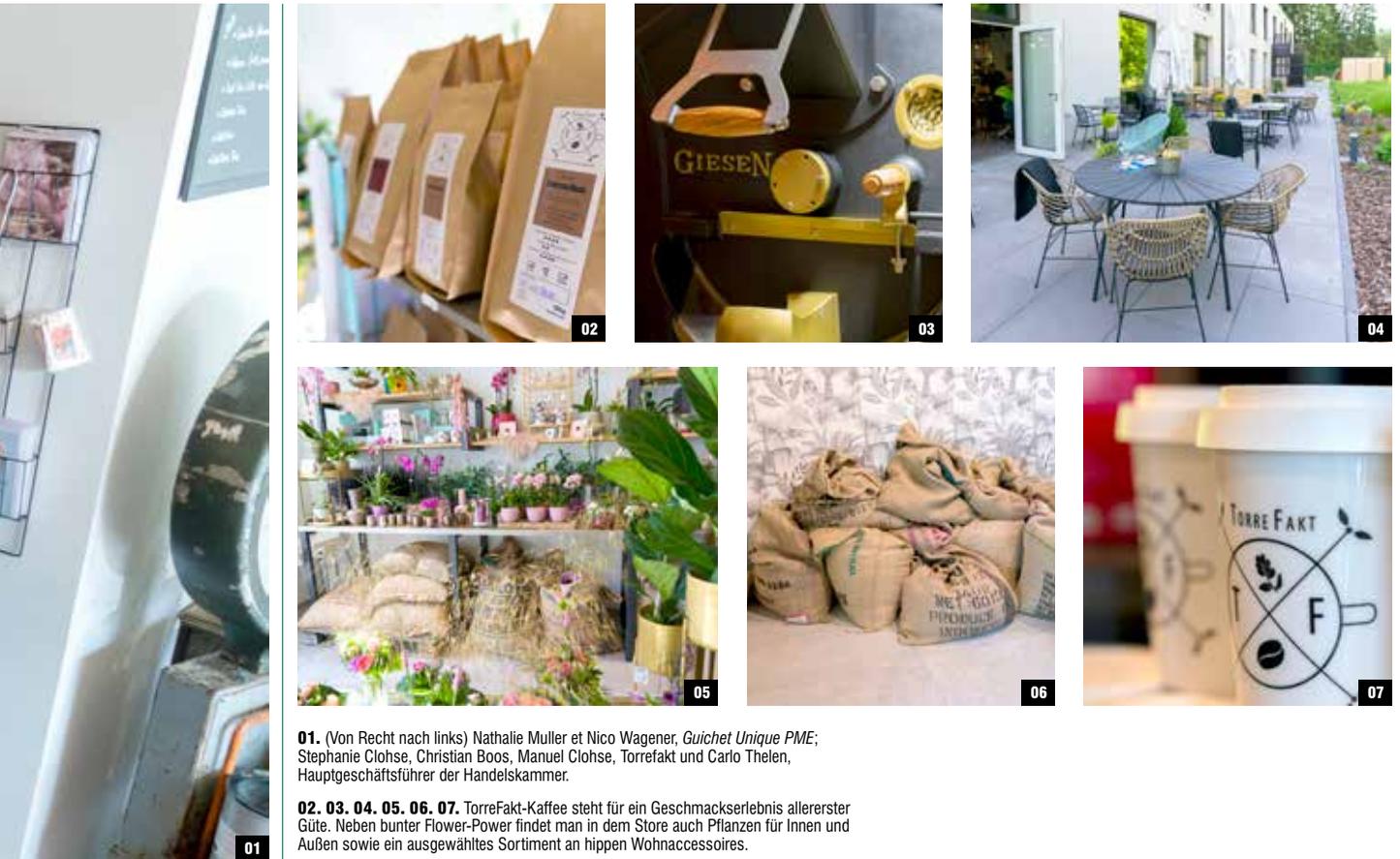
Zwischen Genusskaffee und Blumenkunst

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Zwischen frischen Schnittblumen, trendigen Wohnaccessoires und dem Geruch von frisch geröstetem Kaffee verweilen: Der Concept Store TorreFakt in Wemperhardt lädt mit seinem vielseitigen Konzept zu viel mehr ein als nur einer guten, fairen Tasse Kaffee.

(Besichtigung vom 03. Juni 2022).

Eröffnet wurde der Concept Store im Mai 2021. Für Christian und Stephanie, die beide den Job des Röster und Barista ausführen, folgten in den letzten Jahren auf Kurse an der renommierten Coffee-Academy in Bonn viele weitere Zusatzausbildungen rundum das Thema Kaffee und Rösterei. Mit herkömmlich industriell produziertem Kaffee hat die Vorgehensweise der TorreFakt Röstung wenig zu tun. TorreFakt-Kaffee steht für ein Geschmackserlebnis allererster Güte. Das Augenmerk liegt auf Qualität und fairem Handel. Traditionelle und langsame Trommelröstung verwandelt die aus dem Hochland stammenden Arabica-Rohkaffees in wahren Genusskaffee. Ständig sind ca.12 hauseigene Röstungen von schokoladig über nussig bis hin zu fruchtig und floralen Aromen verfügbar. Während die Rösterei ein Standbein des TorreFakts bildet, widmet sich Manuel mit seiner langjährigen Leidenschaft, dem Blumenhandwerk. Neben bunter Flower-Power findet man in dem Store auch Pflanzen für Innen und Außen sowie ein ausgewähltes Sortiment an hippen Wohnaccessoires. Ob Hochzeits-, Festtags-, oder Trauerfloristik sowie Sträuße als Hingucker fürs Büro – TorreFakt liefert Kreationen zu jedem Anlass. Auf der Suche nach der perfekten Harmonie zwischen Farbe und Form verleiht der gelernte Meisterflorist seiner Blumenkunst immer eine liebevolle und persönliche Note. TorreFakt verpackt alle Geschenke, ob Strauß oder Accessoire, stets



01. (Von Recht nach links) Nathalie Muller et Nico Wagener, Guichet Unique PME; Stephanie Clohse, Christian Boos, Manuel Clohse, TorreFakt und Carlo Thelen, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer.

02. 03. 04. 05. 06. 07. TorreFakt-Kaffee steht für ein Geschmackserlebnis allererster Güte. Neben bunter Flower-Power findet man in dem Store auch Pflanzen für Innen und Außen sowie ein ausgewähltes Sortiment an hippen Wohnaccessoires.

plastikfrei und ressourcenschonend. Interview mit Christian Boos, Manuel Clohse und Stephanie Clohse, TorreFakt.

Das Projekt/die Projekte an dem/denen Sie arbeiten?

Aktuell arbeiten wir an der Planung zur Vergrößerung unserer Produktionsräume. Zum Einen gilt es mehr Platz für die Kaffeerösterei zu schaffen; um der steigenden Anfrage nach fair gehandeltem, frisch geröstetem und hochwertigen Kaffee gerecht zu werden. Zum Anderen benötigt die Floristik mehr Fläche, um aus dem TorreFakt einen angesehenen Ausbildungsstandort zu machen.

Worauf sind Sie am meisten stolz?

Wir haben einen einmaligen Conceptstore im ländlichen Norden Luxemburgs geschaffen, der selbst in städtischen Gebieten seinesgleichen sucht. Unseren nachhaltigkeitsbetonten Ansatz konnten wir in vielen Bereichen von Anfang an konsequent umsetzen. Binnen eines Jahres haben wir eine neue Marke geschaffen, die bereits jetzt einen hohen Bekanntheitsgrad aufweist.

Wann hatten Sie das letzte Mal Zweifel?

Wir haben aktuell Zweifel aufgrund der steigenden Inflation und der damit verbundenen geringeren Kaufkraft unserer Kunden. Wir handeln mit Konsumgütern, die als Luxusgüter bezeichnet werden und lediglich einen Zusatzbedarf decken. Sie sind also zum Leben nicht unbedingt erforderlich und zeichnen sich durch eine besonders hohe Qualität aus. Daran wird aktuell und kann zukünftig noch mehr gespart werden. Steigende Einkaufspreise und Energiekosten stellen uns vor Probleme bei der Gewinnmarge, denn als Jungunternehmer lassen sich Verkaufspreise nicht leichtfertig erhöhen.

Was bedeutet es für Sie Unternehmer zu sein?

Unternehmer zu sein bedeutet für uns, die Welt ein bisschen besser zu machen, indem wir unsere Vorstellungen von Nachhaltigkeit und Qualität umsetzen. Darüber hinaus sagt es aus, flexibel; anpassungsfähig und tolerant zu sein. Unternehmer sollten einen langen Atem haben, nicht gleich aufgeben; abwarten wie Situationen sich entwickeln

und vor allem Risiken eingehen. Die Risikobereitschaft ist das Entscheidende, was wir mitbringen, denn "wer nichts wagt, der nichts gewinnt".

Wie hat sich die Gesundheitskrise auf Ihr Unternehmen ausgewirkt, und was könnte die Handelskammer Ihrer Meinung nach tun um Sie zu unterstützen?

Mit unserer Geschäftseröffnung mitten in der Coronakrise und einem Konzept, dass sich zum Teil auf die Gastronomie stützt, war das letzte Jahr für uns wahrlich eine Herausforderung. Wir wussten um die Probleme, die Corona mit sich bringt, hatten aber nicht die Möglichkeit das Geschäft später zu eröffnen. Wechselnde Anforderungen an die unterschiedlichen Geschäftsbereiche im Concept store, vor allem natürlich an die Gastronomie, ließen uns teilweise täglich neue kreative Lösungen für einen fortlaufenden Geschäftsbetrieb finden. Neugegründete Unternehmen erfahren keinerlei finanzielle Hilfeleistungen während solcher Krisen. Über diesen Punkt sollte nachgedacht werden. —

Meet our Members



— GLOBUS LUX S.A. —

Tout pour satisfaire les clients !

TEXTE Globus Fachmärkte / Corinne Briault

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

Fin 2007, les magasins Hela Profi Zentren de Luxembourg ont été repris par l'entreprise Globus Fachmärkte, dont le siège se trouve à Völklingen en Sarre: l'ancien Hela de Bettembourg était ouvert depuis 1999 et celui de Junglinster depuis septembre 2007. En 2015, les deux magasins adoptent le concept de magasins de bricolage Globus Baumarkt et sont depuis gérés par la société Globus Lux S.A., dont le siège est à Bettembourg.

(Visite du 06 mai 2022).

Les deux sites emploient au total plus de 300 collaborateurs, dont actuellement 20 apprentis. Sur une surface de vente de plus de 10.000m², les magasins de bricolage Globus Baumarkt couvrent les besoins des clients privés et professionnels avec un assortiment complet de plus de 60.000 articles, allant des articles de bricolage et de jardinage en passant par les fournitures et aliments pour animaux, y compris un espace aquariophile, jusqu'à la découpe de bois et la location gratuite de remorques. Les magasins disposent également d'un rayon d'accessoires de pièces automobiles et d'un garage automobile proposant des services de pneus, de réparation et d'entretien. Sur le site de Bettembourg, le contrôle technique des véhicules est autorisé depuis juillet en collaboration avec la SNCT. L'entreprise Globus Fachmärkte exploite en Allemagne un total de 88 magasins de bricolage Globus Baumarkt et six Alphatecc., magasins d'électroménager spécialisés. Le premier magasin de bricolage Globus Baumarkt a ouvert ses portes en Allemagne en 1982. Actuellement, Globus Fachmärkte emploie plus de 9.700 personnes. Pour la douzième fois consécutive, les magasins de bricolage Globus Baumarkt ont été élus en 2022 «entreprise de bricolage la plus conviviale d'Allemagne», dans le cadre d'un sondage réalisé auprès des consommateurs par Konzept & Markt en coopération avec la maison d'édition Dähne Verlag. Entretien avec Timo Huwer, porte-parole de la direction de l'entreprise Globus Fachmärkte et Globus Lux S.A.

Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

L'un de nos objectifs est l'interconnexion intelligente entre les canaux hors ligne et en ligne que nous optimisons chaque jour. Concrètement, depuis la fin de l'année dernière, nos clients ont la possibilité de retirer la marchandise réservée sur la boutique en ligne de Globus Baumarkt une heure plus tard. Nous travaillons encore au développement de cette boutique en ligne et dans un avenir proche, le site sera disponible en français afin de mieux répondre aux attentes de nos clients au Luxembourg et en France. Nos produits seront également bientôt disponibles sur la plateforme *Letzshop.lu*.



01. (De g. à dr.) Diana Doriguzzi, responsable des relations publiques ; Sergej Grauberger, coordinateur Luxembourg ; Mark Schell, directeur de magasin Globus Baumarkt Bettembourg ; Pascal Port, directeur adjoint de magasin Globus Baumarkt Bettembourg ; Adelheid Kranz, directrice de magasin Globus Baumarkt Junglinster et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce.

02. Timo Huwer, porte-parole de la direction de l'entreprise Globus Fachmärkte et Globus Lux S.A.

03. 04. 05. 06. 07. Sur une surface de vente de plus de 10.000 m², les magasins de bricolage Globus Baumarkt couvrent les besoins des clients privés et professionnels avec un assortiment complet de plus de 60.000 articles.

Parallèlement, nous continuons à investir dans tous nos magasins afin de maintenir des standards élevés en matière de présentation de l'assortiment et des marchandises pour rester un magasin de bricolage attractif. Par exemple, nos magasins sont progressivement équipés d'étiquettes de prix numériques ; les magasins de Bettembourg et Junglinster en seront équipés l'année prochaine. Deux services sont actuellement en cours de déploiement : le distributeur automatique de bouteilles de gaz à l'extérieur, où les clients peuvent acheter, échanger ou emprunter des bouteilles de gaz, même en dehors des heures d'ouverture, et la location de machines et d'outils pour la construction ou le jardin. Le magasin de bricolage Globus Baumarkt de Bettembourg propose déjà la location de machines et un automate d'échange de bouteilles de gaz est en cours de planification. Nous prévoyons de moderniser notre magasin de bricolage Globus Baumarkt de Junglinster, où les clients pourront également louer des machines. Enfin, nous mettons également l'accent sur la disponibilité des marchandises, le marketing RH et le bien-être et la santé de notre personnel.

Votre plus grande fierté ?

Premièrement, de notre équipe et deuxièmement, du fait que Globus Baumarkt célèbre cette année ses 40 ans ! Durant ces quatre décennies, notre équipe a vécu et vit encore de nombreux moments passionnants, mais aussi plein de défis. Ces 40 ans sont avant tout l'occasion de rappeler le formidable développement que notre entreprise a connu, et ce, grâce à chacun des collaborateurs qui travaillent et ont travaillé au sein de notre équipe. Nous sommes passés de l'ouverture en 1982 du premier magasin Globus Baumarkt à

Gensingen, en Rhénanie-Palatinat, à l'une des entreprises de bricolage les plus importantes et les plus conviviales d'Allemagne. Une *success story* sarroise marquée de la meilleure des manières par la vision et la passion de mon père Erich Huwer, fondateur de la chaîne de distribution des magasins Globus Baumarkt. Outre les deux rachats importants de Hela et de quelques magasins de bricolage Max Bahr et Praktiker, nous avons franchi une nouvelle étape avec la mise en place et le développement de notre activité en ligne et son intégration dans nos magasins, ce qui nous a permis de nous positionner encore plus fortement sur le marché. Notre croissance au cours des quatre dernières décennies se reflète non seulement dans le chiffre d'affaires, qui est passé de six millions d'euros à la création à 1,9 milliard d'euros aujourd'hui, mais aussi dans le nombre de nos magasins de bricolage, qui a été porté à 90 actuellement. Le nombre d'employés, y compris les magasins Alphatecc., a connu une croissance rapide. Nous comptons aujourd'hui plus de 9.700 collaborateurs. Il est particulièrement intéressant de noter que 2.082 collaborateurs ont actuellement plus de 20 ans d'ancienneté. Cela me réjouit particulièrement et prouve la satisfaction, la loyauté et la confiance qu'ils nous portent.

La dernière fois que vous avez douté ?

Lorsque vous travaillez avec une équipe formidable et fiable, vous ne ressentez aucun doute, mais vous avez la certitude rassurante que chaque défi peut être relevé.

Avoir un esprit d'entrepreneur, c'est quoi pour vous ?

La satisfaction des collaborateurs et des

clients est toujours ma priorité. Le succès est un travail d'équipe ! Sur la base solide de nos valeurs, lignes directrices et principes clients établis depuis de nombreuses années, nous souhaitons continuer à être un partenaire fiable – pour nos clients, fournisseurs et collaborateurs. Mon lien personnel profond avec l'entreprise, ma passion pour le marché du bricolage, sans oublier l'équipe formidable, me poussent à me dépasser chaque jour.

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 ?

Ces deux dernières années, nous avons vécu beaucoup de choses et aucun jour ne se ressemblait. La charge de travail a été énorme pour nous, mais nous avons quand même réalisé de nombreux projets ensemble. Notre entreprise s'est surpassée pendant cette période et nous avons évolué rapidement sur de nombreux points. Beaucoup de choses ont été restructurées, optimisées et créées. Nous avons notamment beaucoup investi dans l'interconnexion entre le commerce traditionnel et le commerce en ligne ce qui nous a permis de continuer à satisfaire nos clients, même en cas de fermeture temporaire des enseignes, et de rester performants dans un environnement concurrentiel. Nous avons une bonne collaboration avec la Chambre de Commerce. Mais peut-être qu'à l'avenir, le secteur du commerce pourrait recevoir plus d'informations sur les modifications et les nouveautés législatives. En outre, en période de pandémie, recevoir de la part des autorités des recommandations à suivre pourraient être salutaire. —

Meet our Members



— CIMALUX —

Vers un avenir plus vert

TEXTE Corinne Briault / Cimalux
PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

Cimalux est née de la fusion entre Ciments Luxembourgeois S.A., et le comptoir de vente Matériaux S.A.. La société fait aujourd'hui partie du groupe italien Buzzi Unicem, septième plus gros cimentier mondial, employant 10.000 personnes à travers le monde. Cimalux exploite une carrière à cheval sur la frontière franco-luxembourgeoise, une usine de production de clinker à Rumelange ainsi qu'un centre de broyage à Esch-sur-Alzette. (Visite du 22 avril 2022).

Les débuts de l'industrie cimentière au Luxembourg remontent à 1894. La société Brasseur, Lambert & Cie érige une cimenterie à Rumelange pour y produire du ciment à base de laitier de haut fourneau (*sous-produit de l'industrie sidérurgique, issu de la fabrication de la fonte dans les hauts fourneaux. Broyé finement, le laitier peut être un des principaux constituants du ciment autre que le clinker, ndr*).

Cette première entreprise fusionne en 1897 avec la Compagnie Générale des Ciments et entreprend la construction d'un deuxième atelier de broyage de ciment de laitier à Dommeldange. En 1912, initiée par l'Arbed, la société des Ciments d'Esch voit le jour. Elle est la première au Luxembourg à se lancer dans la fabrication de ciments Portland et Portland de fer. Ses installations sont implantées à proximité de l'usine Arbed-Schiffange. En 1920, la fusion des Ciments d'Esch avec la Compagnie Générale des Ciments donne naissance à la S.A. des Ciments Luxembourgeois. L'usine se spécialise dans la fabrication de ciments métallurgiques et de briques de laitier. Equipée au départ de deux fours à clinker produisant 150 tonnes par jour et de deux petits broyeurs à ciment, elle dispose d'une capacité de production annuelle de quelque 50.000 tonnes de ciment. La commercialisation du ciment est assurée par Matériaux S.A., comptoir de vente fondée en 1919. Au fil des années, la société grandit et en 1994, l'Arbed s'en désengageant, le cimentier allemand Dyckerhoff en devient l'actionnaire principal avant d'être lui-même acquis par Buzzi Unicem en 2003.

Aujourd'hui, le centre de broyage d'Esch-sur-Alzette dispose de deux broyeurs à boulets ainsi que d'un broyeur vertical à gallets de nouvelle génération à haute performance énergétique, qui lui confèrent une capacité de production de près d'1,5 million de tonnes de ciment par an. Les installations de stockage et d'expédition ont été agrandies en



02



03



04



05

01. Christian Rech, ingénieur diplômé, fondé de pouvoir, Cimalux (à g.) et Carlo Thelen, directeur général, Chambre de Commerce.

02. 03. 04. 05. Aujourd'hui, Cimalux exploite une carrière à cheval sur la frontière franco-luxembourgeoise, une usine de production de clinker à Rumelange ainsi qu'un centre de broyage à Esch-sur-Alzette. Les installations de stockage et d'expédition ont été agrandies et la société dispose d'une plateforme d'expédition multimodale rail-route.

conséquence avec la construction de 2 nouveaux silos, portant la capacité de stockage du site à 38.000 tonnes de ciments, ainsi que la mise en place d'une plateforme d'expédition multimodale rail-route. Celle-ci permet au cimentier grand-ducal d'alimenter les chantiers du Grand Paris de même que de couvrir la région lyonnaise. Entretien avec Christian Rech, ingénieur diplômé, fondé de pouvoir.

Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

Nous sommes clairement engagés dans un processus de décarbonation pour satisfaire aux objectifs de 55% de réduction des émissions de CO₂ fixée par l'Union européenne d'ici 2030. C'est un défi majeur pour nous car le béton, principal domaine d'application du ciment, est le matériau le plus utilisé dans la construction. Il est d'ailleurs le matériau le plus utilisé au monde. Nous avons donc pris la décision radicale d'arrêter en septembre prochain la production de ciment de type CEM I, le plus émissif car contenant 95% de clinker, un constituant indispensable à la composition de tous les ciments mais dont la production est la principale source d'émission de CO₂ de notre industrie. Nous espérons que cette décision, non exempte de risques pour notre activité, contribuera à encourager l'ensemble des parties prenantes du secteur de la construction à entamer sans plus attendre et de manière déterminée la décarbonation du secteur de la construction.

Votre plus grande fierté ?

Cimalux est une petite entité au sein du groupe, elle compte 165 collaborateurs au Luxembourg, mais notre voix est entendue par la maison mère. Nous avons réussi à placer la décarbonation en haut de l'agenda du groupe et à faire valoir la pertinence de notre feuille de route dans ce contexte.

La dernière fois que vous avez douté ?

Notre maison à été fondée en 1920. 2020 devait être l'année des célébrations de notre centenaire. La pandémie a tout bouleversé. Nous avons repoussé les festivités au 23 septembre 2021 en faisant le pari de la faisabilité de l'événement auquel devait participer les actionnaires et de nombreuses personnalités ! Finalement, les restrictions sanitaires ont été assouplies quelques semaines avant la date convenue et notre événement a pu avoir lieu ! Autant dire que tous les invités en ont pleinement profité !

Avoir un esprit d'entrepreneur, c'est quoi pour vous ?

Je suis salarié dans un grand groupe et pas entrepreneur. Cependant, une anecdote m'a fait toucher du bout des doigts ce que peut être un esprit d'entrepreneur. Fraîchement diplômé et sans expérience, j'ai été embauché chez Pöcekes. On m'a confié un gros chantier en association momentanée et techniquement compliqué. Je me suis demandé comment j'allais pouvoir gérer ce projet ! Patrick Pöcekes m'a alors donné un conseil libérateur et je ne l'ai

jamais oublié : « fais comme si c'était ta propre entreprise et ton propre argent ». C'est ce que j'ai fait et j'ose espérer qu'il ne l'a pas regretté.

Avez-vous ressenti un impact de la crise sanitaire sur votre activité et que pensez-vous que la Chambre de Commerce pourrait faire pour vous soutenir ?

Nous avons traversé la pandémie tant bien que mal mais une nouvelle période pleine d'incertitudes a débuté avec la guerre en Ukraine qui a déjà des effets très dommageables sur notre activité. L'explosion des prix de l'énergie rend la situation vraiment compliquée. Par ailleurs, l'insécurité planant sur l'alimentation en gaz naturel, peut nous amener à devoir faire face à une pénurie d'ammoniaque, indispensable pour réduire nos émissions d'oxydes d'azote. Personne ne peut prévoir comment la guerre va évoluer et ses conséquences sur les activités économiques de certains secteurs... Nous devons travailler de concorde avec les autorités et les différents partenaires sociaux, notamment, la Chambre de Commerce, pour faire passer le message que sur le long terme, l'industrie des matériaux de construction est à la base de tout. Ainsi, sans ciment pas de béton et donc pas de construction, pas d'infrastructures, pas d'écoles, pas d'hôpitaux, pas de logements, pas de mobilité, pas de transition énergétique, pas d'assainissement, pas d'eau, ... Le défi réside dans la juste évaluation des spécificités de nos industries et de leur rôle dans l'avenir de notre société. —

Meet our People



« J'aime être au plus proche de l'actualité économique du pays. »

Laure Demezet

Laure est arrivée à la Chambre de Commerce en septembre 2017 et occupe actuellement le poste d'Économiste au sein du département Affaires économiques.

Un mot pour vous définir ?
Enjouée.

D'où venez-vous ?
Je suis née à Nantes, en France.

Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?

Le jubilé d'Elisabeth II, 70 ans d'histoire, de dialogue avec les grands de ce monde et de géopolitique, ça se fête !

Votre meilleur souvenir professionnel ?

C'est toujours en lien avec la richesse des interlocuteurs auxquels nous avons à faire ; comme lors de la dernière conférence de presse de présentation des résultats du Baromètre de l'Économie en présence du ministre Fayot, ou encore lorsque j'avais pu assister à la

présentation du projet de Budget de l'État à la Chambre des Députés.

Pourquoi faites-vous ce métier ?

Pour être au plus proche de l'actualité économique du pays dans lequel je vis depuis près de 10 ans.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?

De prendre du recul ! Malgré la pression plus ou moins importante, il faut toujours pouvoir remettre les choses dans leur contexte ; respecter les deadlines fixées, tout en ne répercutant pas le stress sur ses collègues.

Votre dernière recherche sur internet ?

Un autotour en Toscane pour cet été. L'Italie est toujours une bonne idée !

Un mot pour vous définir ?

Zaza pour les intimes. Plus sérieusement, je dirais pétillante.

D'où venez-vous ?

De Liège.

Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?

Au début de l'année, je me suis lancé un challenge sportif : courir un semi-marathon.

Défi relevé lors de l'ING Marathon ! Une super expérience !

Votre meilleur souvenir professionnel ?

Un *team building* sur le MBTI qui a permis de mieux me connaître et de renforcer les liens au

sein de notre équipe.

Pourquoi faites-vous ce métier ?

Pour apporter ma pierre à l'édifice lorsqu'un entrepreneur en a besoin. Voir progresser les entrepreneurs dans le développement, le redressement ou la transmission de leur entreprise est très enrichissant.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?

Il faut choisir ses batailles.

Votre dernière recherche sur internet ?

Que peut-on manger avant de courir un semi-marathon ?



« Voir progresser les entrepreneurs est très enrichissant. »



Sylvia Riddlesprige

Sylvia est arrivée à la Chambre de Commerce en 2010 et occupe actuellement le poste d'Institutional Affairs Coordinator au sein de l'équipe Formation.



« Contribuer à un système meilleur permettant à chacun de trouver sa place me passionne. »

Un mot pour vous définir ?
Généraliste.

D'où venez-vous ?

Je suis née et j'ai grandi à Luxembourg-Ville. Aujourd'hui, j'habite dans la belle région moselane du Luxembourg.

Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?

La résilience des sociétés face aux crises et la solidarité de nombreuses personnes.

Votre meilleur souvenir professionnel ?

Dans le cadre de notre collaboration avec l'ADEM, j'ai été marquée par les rencontres avec les demandeurs d'emploi qui ont créé leurs entreprises avec succès malgré des situations

souvent compliquées.

Pourquoi faites-vous ce métier ?

On dit souvent que l'éducation / la formation est un métier noble car il forme les générations futures. Contribuer à un système qui permet à chacun de trouver sa place et de s'épanouir me passionne.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?

Faire confiance à son intuition.

Votre dernière recherche sur internet ?

Recherche pour un stage de plongée pendant les prochaines vacances.

Blast from the Past!



— CAPITALS OF CULTURE —

Ties old and new

2022 will go down in history as a special year for Esch-sur-Alzette, the capital city of Luxembourg's southern Minett, or Red Rocks region, as well as ten other municipalities in Luxembourg and eight in neighbouring France. It is the year they have been nominated European Capital of Culture, along with Kaunas, Lithuania, and Novi Sad, Serbia.

Fifteen years ago, in 2007, Luxembourg and France's Greater Region were also nominated European Capital of Culture. At that time, they shared the privilege with the city of Sibiu, nestled in the heart of Transylvania, in Romania. 2007 was also the year that

Romania joined the European Union (EU), after a twelve year wait following their initial application in 1995. The Treaty of Accession was signed in Luxembourg at Neumünster Abbey in 2005, and entered into force on 1 January 2007.

The Merkur in 2007 highlighted these developments and something more: a unique history between the two countries: in the 12th century, settlers from Luxembourg immigrated to Transylvania and founded what was the beginning of the current day city of Sibiu, then called Hermannsdorf, giving rise to long-standing ties between the countries. —

Further reading:

- esch2022.lu
- www.luxembourg2007.org

More info:

Original text available in the Merkur online archive:
■ www.cc.lu/en/merkur/archive/



Luxembourg Rising

— CHÂTEAU DE BOURSCHÉID —

Quand la modernité embrasse l'histoire

PHOTOS Brice Meiner



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, focus sur la Maison de Stolzenbourg, ayant reçu une Mention du Bauhårepräis OAI 2020.



Dans la basse-cour du Château de Bourscheid, le Service des sites et monuments nationaux a fait réaménager la Maison de Stolzenbourg, bâtie datant de 1384 et reconstruite dans les années 1970, alors que seuls la cave et les deux pignons subsistaient. L'intégration de nouvelles infrastructures à vocation événementielle, ainsi que la mise en sécurité avec deux escaliers, ont caractérisé le développement du projet. La présence historique d'un volume bâti aujourd'hui disparu est à l'origine de l'adjonction d'une annexe entièrement en bois sur ossature métallique, comprenant un ascenseur, des locaux sanitaires et une cuisine professionnelle. Son emplacement respecte scrupuleusement les soubassements des anciennes constructions disparues. Un volume entièrement vitré, abritant la nouvelle entrée principale d'une zone de circulation avec passerelle relie les deux volumes bâtis, et libère la vue sur le pignon historique. Dans la Maison de Stolzenbourg, l'aménagement d'un espace bar, équipé de son mobilier sur mesure, d'une salle de réunion et d'un espace exposition aux étages supérieurs, viennent compléter le cadre des anciens murs enduits de nouveau à la chaux. L'installation d'une centrale géothermique garantit le chauffage de l'ensemble des bâtiments. Les nouvelles fonctions intégrées dans les murs, hérités du passé, tirent le meilleur parti de l'architecture médiévale et contemporaine.

Quels enseignements tirez-vous de votre expérience en tant que maître d'ouvrage ?

Bien que la Maison de Stolzenbourg fût en grande partie reconstruite à partir de 1973, les matériaux traditionnels et la mise en œuvre artisanale, tels que l'enduisage à la chaux et le travail du bois, ont su rendre aux espaces le caractère patrimonial qu'ils méritaient depuis.

Avez-vous des conseils à donner à de futurs maîtres d'ouvrages ?

La présence dans la zone de la future annexe de murs et de pavés historiques a influencé de manière importante la définition du projet architectural final et le choix des techniques à intégrer. Il importe de disposer d'un maximum d'éléments de la situation existante afin de procéder aux choix définitifs, dont certains ne peuvent pas toujours se faire en phase avant-projet sommaire.

De quelle manière vos attentes ont-elles été prises en compte par les concepteurs ?

Le site étant classé monument national, l'intégration respectueuse des nouvelles fonctions et la mise en sécurité des espaces historiques jouaient un rôle prépondérant dans la conception du projet. Les architectes ont dès la phase d'avant-projet su élaborer les options les plus adaptées au cadre historique exceptionnel. —

Projet: **Maison de Stolzenbourg**

Localité: **Château de Bourscheid**

Architecte(s):

Becker Architecture & Urbanisme – Jost Nikolaus

Ingénieur(s) conseil(s) :

HLG Ingénieurs conseils – Jean Schmit Engineering

Commentaire du jury du Bauhårepräis OAI 2020: **Parfaite intégration volumétrique tout en restant sobre.**

■ Plus d'informations sur www.bhp.lu



BAUHÅREPRÄIS OAI 2020

In the Spotlight



— 28 AVRIL 2022 —

1000+ Solutions pour protéger l'environnement de manière rentable

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

La Chambre de Commerce du Luxembourg a convié la Fondation Solar Impulse, créée par le «savanturier» Bertrand Piccard, comme il se définit lui-même, à présenter ses 1000+ solutions pour protéger l'environnement de manière rentable. S.A.R. le Grand-Duc, les ministres Claude Turmes et Franz Fayot, et quelque 250 invités issus des mondes politique et économique étaient réunis pour écouter Bertrand Piccard. Le célèbre aventurier et pionnier suisse veut réconcilier économie et écologie, grâce au mode de pensée «éco-réaliste» qu'il promeut. Le monde est aujourd'hui confronté à de nombreux défis économiques, environnementaux et sociaux. L'urgence d'agir face aux effets du changement climatique n'a jamais été aussi forte et l'Union Européenne s'est fixé des objectifs ambitieux en la matière, à l'horizon 2030. Le programme a donné la parole à des intervenants de plusieurs secteurs et horizons à même de sensibiliser les dirigeants d'entreprises luxembourgeoises de toutes tailles, concernées par les défis et opportunités liés à la transition énergétique et environnementale.



01



05



06

01. S.A.R. le Grand-Duc entouré de Bertrand Piccard, Carlo Thelen et des ministres Fayot et Turmes.

02. Bertrand Piccard est devenu célèbre en réalisant le premier tour du monde dans un avion baptisé *Solar Impulse*, fonctionnant uniquement à l'énergie solaire. Avec sa Fondation du même nom, son objectif est de convaincre les décideurs que des solutions existent pour accélérer la transition écologique. Bertrand Piccard, expert et spécialiste dans le domaine de l'innovation, en est convaincu: «S'engager dans les technologies propres et les solutions efficaces est logique avant d'être écologique».

03. 04. 05. 06. Dans son mot d'introduction, Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce a, entre autres, annoncé la création de la House of Sustainability, plateforme de référence pour des solutions efficaces et rentables, fédératrice des initiatives existantes dans ce domaine et facilitatrice pour la mise en place de nouvelles actions. Cette plateforme constituera une gouvernance inédite et holistique en matière de Sustainability, englobant tous les acteurs intéressés de l'écosystème, dont notamment l'INDR, en vue de sensibiliser, soutenir et accompagner les entreprises.

Une table ronde réunissant Bertrand Piccard et les ministres Turmes et Fayot, a mis en exergue les défis et perspectives, notamment politiques, pour accélérer la transition écologique au Luxembourg.

— 10-13 MAY 2022 —

State visit to Portugal: bridging ecosystems

At the invitation of H.E. Mr. Rebelo de Sousa, President of the Portuguese Republic, T.T.RR.HH the Grand Duke and the Grand Duchess of Luxembourg visited Portugal from 10 to 13 May 2022. Accompanied by a delegation of over 170 representatives from Luxembourg's public and private sector, the Grand Ducal couple led the way in boosting economic cooperation between Luxembourg and Portugal. In the context of this State Visit, an economic programme was put together by the Luxembourg Chamber of Commerce, the Ministry of the Economy, Luxinnovation, the Embassy of Luxembourg in Portugal, the Embassy of Portugal in Luxembourg and AICEP Portugal Global. The delegation was headed by T.T.RR.HH the Grand Duke and the Grand Duchess, Franz Fayot, Minister of the Economy, Yuriko Backes, Minister of Finance, Jean Asselborn, Minister of European and Foreign Affairs and Corinne Cahen, Minister of Family and Integration. The commercial delegation was composed of 51 companies with a total of over 60 representatives from the sectors of ICT, space, sustainable construction, tourism, business events, finance and audiovisual sectors. 62 representatives of public institutions and national organisations joined them.

PHOTOS IP/Jean Christophe Verhaegen (01); SIP/Emmanuel Claude (03; 06; 07); Luxembourg Chamber of Commerce / Theo Solnik



01



02



03

01. 02. Reception dinner in Cascais (10.05.2022). Luc Frieden's opening words at the reception dinner for the economic delegation (10.05.2022).

03. 05. Visit of the Municipality of Cascais where, in June 1940, after the German invasion, Grand Duchess Charlotte stayed for several weeks. The visit included the Cascais Control Center and the guided tour of the exhibition *Portugal and Luxembourg – Countries of Hope in Difficult Times*, tracing the parts of the history of the Second World War common to the Portuguese and Luxembourg populations in the Casa de Santa Maria (11.05.2022).



04



05



06

04. 06. Visit of Nova School of Business and Economics (11.05.2022).

07. 09. 10. Portugal-Luxembourg Economic Forum (12.05.2022). Official address by Mr Marcelo Rebelo de Sousa, President of the Portuguese Republic at the Portugal-Luxembourg Economic Forum (12.05.2022).

08. Welcome speech of the Minister of the Economy, Franz Fayot, during an event dedicated to Portugal's and Luxembourg's startup ecosystems (11.05.2022)



07



08



09



10

— 13 - 17 JUIN 2022 —

Une première réussie à Eurosatory

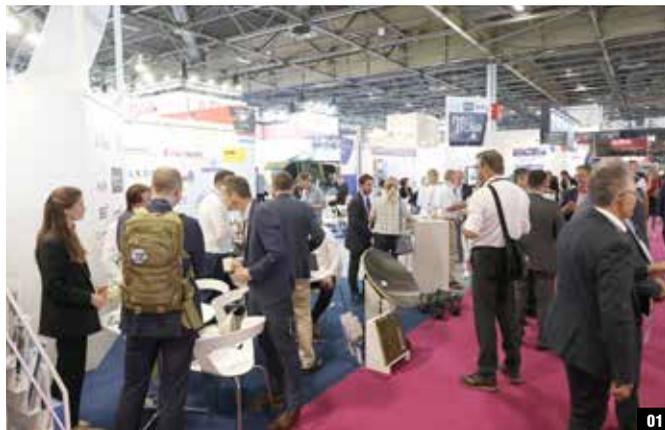
La Chambre de Commerce, en étroite collaboration avec Luxinnovation et la Direction de la Défense, a mis en place le tout premier pavillon national luxembourgeois à Eurosatory 2022, salon international de la défense et de la sécurité. Le pavillon luxembourgeois a présenté pendant 5 jours les solutions innovantes de 15 entreprises et diverses activités ont été organisées par la Chambre de Commerce et Luxinnovation : accueil de délégations étrangères, d'officiels et de VIPs, ainsi que des événements latéraux exclusifs avec des délégations d'exposants étrangers.

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

01. Le Luxembourg a inauguré son premier pavillon national sur Eurosatory, principal salon mondial de la défense et de la sécurité. Une visite organisée a également permis à une vingtaine de représentants d'entreprise de visiter le salon et le pavillon national.

02. 03. Martine Schommer, ambassadeur du Luxembourg en France, a visité le pavillon national luxembourgeois en compagnie de Cindy Tereba, directrice des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce du Luxembourg et de Sasha Baillie, directrice de Luxinnovation. Elles ont pu rencontrer l'ensemble des représentants d'entreprises luxembourgeoises présentes.

À l'invitation de Martine Schommer, ambassadeur du Luxembourg en France, de la Chambre de Commerce du Luxembourg et du Business Club France Luxembourg, les délégations d'entreprises luxembourgeoises présentes sur les salons Eurosatory (défense et sécurité) et Viva Technology (startup et tech) ont pu se rencontrer le mercredi 15 juin 2022 à la résidence de l'Ambassadeur pour un moment d'échanges et de networking convivial.



01



02



03

— 15-18 JUIN 2022 —

Les startups luxembourgeoises à Vivatech

Étalée sur quatre jours, la sixième édition du salon Viva Technology accueillait mi-juin plus de 1.500 exposants, pour un programme en format hybride.

Plus de 30 pays étaient présents, parmi lesquels l'Allemagne, le Brésil, le Canada, le Congo, l'Égypte, le Japon, le Luxembourg, les Pays-Bas, le Sénégal, la Suisse... L'événement principal était complété par plus de 50 événements parallèles se déroulant hors des murs de VivaTech, à Paris et en région. Ce salon, le plus important du secteur de la Tech, permet aux participants d'explorer les différents terrains de prédilection de l'écosystème.

PHOTOS Chambre de Commerce

01. 02. 10 startups (Augment – Digital Facilities Services, Databourg Systems, Gamma AR, Green Worlder, Jobfirst, Mission Space, nexten.io, RoomMate, Scroble et Zortify) ont été sélectionnées et invitées à participer au salon VivaTechnology Paris, sur le pavillon national mis en place par la Chambre de Commerce et le ministère de l'Économie, sous la bannière Startup Luxembourg. En parallèle de ce pavillon national, une visite de plus de 40 représentants d'entreprises a été organisée sur deux journées.

À cette occasion, Martine Schommer, ambassadeur du Luxembourg en France, accompagnée de Cindy Tereba, directrice des Affaires Internationales et Sabrina Sagromola, manager Affaires Internationales de la Chambre de Commerce, a visité le pavillon et rencontré l'ensemble des exposants. Lors de son discours inaugural Cindy Tereba a souligné qu'elle était ravie qu'un pavillon national puisse de nouveau être organisé à ce salon, après deux ans d'absence en raison de la pandémie.



01



02

— 30 MAI AU 02 JUIN 2022 —

Une *Hannover Messe* marquée par un retour en présentiel

D'abord annulée en 2020 puis organisée sous format digital en 2021, la *Hannover Messe* a fait son grand retour en présentiel cette année avec 75.000 visiteurs et 2.500 exposants. Un moment fort attendu par les entreprises qui sont venues du monde entier pour exposer leurs produits et leurs services dans les domaines de l'industrie 4.0, des technologies économes en ressources, de l'énergie et de la mobilité durables ou encore des outils de mesure. Créé il y a 75 ans, le plus grand salon industriel et technologique au monde a mis l'accent cette année sur des solutions innovantes et durables permettant de répondre aux enjeux climatiques actuels. Le ministère de l'Économie et la Chambre de Commerce du Luxembourg ont assuré la présence du Luxembourg au salon avec un pavillon national presque entièrement recyclable.

PHOTOS Ole Spata



03



04



01



05

01. Du 30 mai au 2 juin, le pavillon national mis en place par la Chambre de Commerce et le ministère de l'Économie a accueilli 11 entreprises venues exposer leur savoir-faire : BCE, Cartesoft, Datathings, Dynabrade, Industeam, LuxProvide, Paul Wurth, Post Telecom, Rafinex, SolarCleano et Wizata).

02. Le 1^{er} juin, le pavillon national a accueilli en visite officielle le Vice-ministre Président et ministre de l'Économie, de l'innovation, du Numérique et de l'Énergie de la Sarre, Jürgen Barke. De futures collaborations entre le Luxembourg et la Sarre y ont été évoquées. (De g. à dr.) Nicole Boissier, Project manager Saaris, Jürgen Barke, Vice-ministre Président et ministre de l'Économie, de l'innovation, du Numérique et de l'Énergie de la Sarre, Sabrina Sagromola, manager International Affairs, Chambre de Commerce du Luxembourg et Stephan Schweitzer, directeur Général Saaris.



02

03. En parallèle de la mise en place du pavillon national, une visite de 50 représentants d'entreprises a été organisée le 30 mai. Tous ont pu visiter le salon, participer à des rencontres d'affaires B2B et participer à des conférences et workshops thématiques.

04. (De g. à dr.) Amrita Singh, senior International Affairs advisor, Julie Jacobs, attachée économique et commerciale à Berlin, Jean Graff, ambassadeur du Luxembourg en Allemagne, Sabrina Sagromola, manager International Affairs, Chambre de Commerce du Luxembourg, Basilios Triantafyllis, Global Director *Hannover Messe*, Annelore Domingos, International Affairs officer à la rencontre de l'ensemble des exposants.

05. À l'occasion de la Journée Luxembourgeoise, organisée le 30 mai, les exposants du pavillon national ont participé à une session de *pitching* pour mettre en avant leurs produits et solutions.

— 03 JUIN 2022 —

En route pour le Nord!

Au début de ce mois de juin 2022, comme il est désormais de tradition et après une année blanche en raison de la pandémie, une délégation de la Chambre de Commerce s'est rendue dans le nord du pays pour visiter quatre entreprises. Ces visites ont non seulement permis à la direction générale de prendre le pouls de l'économie régionale, mais également d'être informée par ces entreprises des problèmes auxquels elles sont confrontées. Au fil de la journée, la délégation s'est rendue chez Torrefakt Sàrl pour y rencontrer Christian Boos, Stéphanie et Manuel Clohse, chez Probiotic Group où Martin Schoonbroodt leur a présenté sa société et au Shopping Center Massen, où les attendaient Arsène Laplume et la famille Brosius, responsable de la boutique Calliste.

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize



01



02



04



03



06



07



05



08

01. 02. 03. La journée a débuté par la visite de Torrefakt qui torréfie traditionnellement les meilleurs cafés équitables et bio. D'inspiration concept-store, l'endroit dispose d'un espace dégustation avec petite restauration et d'un espace fleuriste. (De g. à dr.) Nathalie Muller et Nico Wagener, Guichet Unique PME; Stéphanie Clohse, Christian Boos, Manuel Clohse, Torrefakt et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce.

04. 05. La visite a continué chez Probiotic Group, une jeune entreprise ayant pour objectif de faire changer les habitudes hygiéniques grâce à sa marque Provilan. L'entreprise développe des solutions efficaces, innovantes et respectueuses de l'environnement à base de probiotiques, pour le bien-être des humains, des animaux et de la nature. (De g. à dr.) Carlo Thelen, Martin Schoonbroodt, CCO, Probiotic Group; Nathalie Muller et Nico Wagener.

06. 07. 08. La délégation a également visité le Shopping Center Massen et rencontré son responsable Arsène Laplume (08). La journée s'est terminée par un passage dans la boutique Calliste de la famille Brosius (06, 07).

— LABEL MADE IN LUXEMBOURG —

Outil de marketing de plus en plus populaire

Le 2 juin dernier, en présence du ministre des Classes Moyennes et du Tourisme, Lex Delles, du directeur général de la Chambre de Commerce Carlo Thelen et du directeur de la Chambre des Métiers, Tom Wirion, 83 entreprises luxembourgeoises se sont vues remettre le label *Made in Luxembourg*. À ce jour, plus de 1.600 entreprises sont porteuses de ce label. Pour être labellisée, une entreprise doit justifier d'une production de bien, ou d'un ancrage de ses services au Luxembourg et exister depuis au moins douze mois. L'objectif de ce label luxembourgeois d'origine consiste à promouvoir les produits et prestations de services des entreprises établies au Luxembourg souhaitant se démarquer à l'étranger dans le cadre d'une stratégie d'internationalisation.

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

01. 02. 03. Le nombre de demandes pour obtenir le label d'origine n'a cessé d'augmenter ces dernières années, a constaté Carlo Thelen dans son allocution. Un constat également évoqué par le ministre Lex Delles. Les intervenants ont également souligné l'importance d'un bon marketing dans une entreprise, ce dernier permettant de se démarquer de ses concurrents et de convaincre les clients.



01



02



03

— 07-08 JUNE 2022 —

Business Club Luxembourg-United Kingdom has officially been inaugurated!

The Luxembourg Chamber of Commerce, in close cooperation with the Embassy of the Grand Duchy of Luxembourg in London, organised a multi-sectoral trade mission to London on 7-8 June 2022. This trade mission served as a platform to discover the UK market as well as to inaugurate and officially launch the Business Club Luxembourg-United Kingdom, which will henceforth serve as the bridge between Luxembourg and the United Kingdom by bringing together a closely knit community of companies from various economic sectors. The Business Club, the fourth of its kind after Berlin, Paris, and Brussels, is a joint venture between the Luxembourg Chamber of Commerce and the Embassy of Luxembourg to the United Kingdom.

PHOTOS Jamie Smith

01. 02. 03. During the mission, the 30 participants learned about trade and investment opportunities in London and the United Kingdom, as well as visited flagship projects in the British capital, namely King's Cross, one of the largest and most successful redevelopments in London, ArcelorMittal Orbit, a famous 114.5-metre sculpture and observation tower in the Queen Elizabeth Olympic Park built with Luxembourgish steel, as well as Plexal, a high-tech innovation centre and coworking space featuring cutting-edge technologies. Participants also had the honour to partake in an official Business Club Luxembourg-United Kingdom launch reception, in the presence of Yuriko Backes, Minister of Finance, and Luc Frieden, President of the Luxembourg Chamber of Commerce, hosted by H.E. Mr Jean Olinger, Ambassador of the Grand Duchy of Luxembourg to the United Kingdom. Over 100 businesswomen and men, local stakeholders and partners attended the official reception.



02



01



03

Coming up soon

Calendrier des manifestations

21

JUILLET
Luxembourg (LU)

Interview avec un duo de créateurs : vivre d'amour et d'idées fraîches



La House of Entrepreneurship vous propose un workshop interactif basé sur l'échange en laissant la parole aux entrepreneurs. Lors de cette session, vous irez à la rencontre d'Isabelle et Eric Jossen, fondateurs d'Ophrys, résultat d'une collaboration entre design et architecture d'intérieur.

■ Infos: www.cc.lu rubrique Agenda support(at)houseofentrepreneurship.lu
T : (+352) 42 39 39 - 850

28

JUILLET
Luxembourg (LU)

Interview avec le fondateur d'Amuse-Bouche : les corbeilles-cadeau qui ont conquis le e-commerce



La House of Entrepreneurship vous propose un workshop interactif basé sur l'échange en laissant la parole aux entrepreneurs. Lors de cette session, vous irez à la rencontre de Camille Ney, créateur de son entreprise Amuse-Bouche à Soleuvre en 2015, qui met l'accent sur les Vins et Epicerie Fine, fabriqués par des petits producteurs passionnés.

■ Infos: www.cc.lu rubrique Agenda digital(at)houseofentrepreneurship.lu
T : (+352) 42 39 39 - 840

29

JUIL
— ET26
AOÛT

Online

Online workshop : mybusinessplan – les étapes clés pour rédiger un business plan



Le business plan est ce document synthétique qui retrace l'histoire de votre projet, de ses débuts à ses perspectives d'avenir. Sa rédaction 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

04

AOÛT
Luxembourg (LU)

Workshop : instagram - comment vendre avec les reels



La House of Entrepreneurship vous propose un workshop interactif en mettant en avant l'échange entre les experts et les entrepreneurs. Lors de cette session, vous saurez comment créer facilement & efficacement des REELS qui convertissent.

■ Infos: www.cc.lu rubrique Agenda digital(at)houseofentrepreneurship.lu
T : (+352) 42 39 39 - 840

09

AOÛT
— ET13
SEP

Online

Meet the community – permanences partenaires



Participez aux ateliers thématiques de la House of Entrepreneurship et de ses partenaires, animés par des conseillers spécialisés, sur des sujets tels que la propriété intellectuelle, l'élaboration d'un projet entrepreneurial, le lancement d'une startup ou encore la transition professionnelle StartYourBusiness et la dispense création.

■ Infos: www.cc.lu rubrique Agenda info(at)houseofentrepreneurship.lu
T : (+352) 42 39 39 330

11

AOÛT
Luxembourg (LU)

Workshop : comment mieux communiquer et manager grâce aux couleurs?



La House of Entrepreneurship vous propose un workshop interactif en mettant en avant l'échange entre les experts et les entrepreneurs. Lors de cette session, vous apprendrez à identifier votre profil mais aussi d'identifier ceux de vos interlocuteurs, en vous basant sur quatre couleurs du DISC®: Rouge, Jaune, Vert et Bleu. Ceci vous permettra de mieux répondre aux attentes de votre interlocuteur dans différents contextes: management, vente, négociation, partenariat...

■ Infos: www.cc.lu rubrique Agenda support(at)houseofentrepreneurship.lu
T : (+352) 42 39 39 850

05

SEPTEMBRE
Luxembourg (LU)

Sustainable Finance : Mobilising finance for sustainable growth in Europe



The Chamber of Commerce and its academic institution ISEC (Institut Supérieur de l'Économie) are pleased to invite you to the Conference 'Sustainable Finance: Mobilising Finance for Sustainable Growth in Europe', which will be held in the framework of the conference series 'The Masterclass of the Chamber of Commerce'. Sustainable finance is the cornerstone of creating a sustainable future and mitigating climate change.

■ Info: www.cc.lu - Agenda

18

22

SEPTEMBRE
Paris (FR)

National Pavilion: International Astronautical Congress (IAC) Paris 2022



Hosted in Paris by the French space agency CNES, IAC 2022 will offer a unique set of opportunities. IAC is the one place and time of the year where all global space players come together. The most recent editions of the event have attracted over 6,500 participants from more than 80 countries.

■ Info: www.cc.lu - Agenda
www.iac2022.org

Upcoming Training Sessions



HOUSE OF
TRAINING

ENTREPRENEURIAT & GESTION D'ENTREPRISE

Gestion et développement d'entreprise	Business Management Toolbox - Certified training programme in Management	21.09.2022		EN	41h
Entrepreneuriat	Reprendre une entreprise - Fondamentaux	23.09.2022		FR	17h

ORGANISATION INTERNE DE L'ENTREPRISE

	Project Management - Fundamentals (virtual classroom)	07.09.2022		FR	21h
Gestion de projet	PRINCE2® Foundation & Certification	21.09.2022		EN	21h

COMPTABILITÉ

Outils de comptabilité	Utilisation du logiciel comptable Sage BOB 50 - Fondamentaux	20.09.2022		FR	22,5h
	Comptabilité générale - Fondamentaux	30.09.2022		FR	30h
Techniques comptables	Législation relative aux comptes annuels des entreprises	29.09.2022		FR	7h

DROIT

Droit des sociétés	L'essentiel du droit des sociétés (cours du soir)	22.09.2022		FR	10h
Droit du travail	Droit du travail - Fondamentaux (cours du soir)	19.09.2022		FR	19,5h

FISCALITÉ

Introduction à la fiscalité	Fiscalité luxembourgeoise - Fondamentaux	20.09.2022		FR	27h
	Fiscalité des entreprises: toutes les aides fiscales disponibles	22.09.2022		FR	7h
Fiscalité des entreprises	Luxembourg Implements the Mandatory Disclosure Regime (DAC 6): Moving towards DAC 6 Readiness	13.09.2022		EN	3h

INFORMATIQUE

	Découverte de MS Office (Word, Excel, PowerPoint et Outlook)	14.09.2022		FR	12h
Logiciels bureautique et outils numériques	Power BI Desktop	22.09.2022		FR	12h

MARKETING & COMMUNICATION

Communication digitale	Médias sociaux et outils numériques - Formation intensive	31.08.2022		FR	35h
Marketing digital	SEO - Mécanismes et techniques de référencement naturel pour optimiser sa visibilité sur Google	30.09.2022		FR	7h

RESSOURCES HUMAINES

Gestion de la formation	Réaliser un dossier de cofinancement pour l'INFPC	23.09.2022		FR	4h
Gestion du personnel	Réintégrer une personne en reclassement interne ou en retour de longue maladie	22.09.2022		FR	4h

HORECA

Formations complémentaires HoReCa certifiantes	Travailleur désigné en matière de sécurité et de santé au travail - Groupe A - Secteur HoReCa	14.09.2022		FR	12h
Hygiène	Mise en place de l'HACCP dans les établissements alimentaires dont l'HoReCa - Fondamentaux	26.09.2022		FR	3h

IMMOBILIER

	Accès réglementé aux professions de l'Immobilier	16.09.2022		FR	8h
Immobilier	Fiscalité de l'immobilier - Sociétés commerciales	30.09.2022		FR	8h

Index

A,B,C

Abelag **_22**
 Accenture **_22**
 ACL **_10**
 Adem **_30, 106**
 Advanzia Bank **_34**
 Agence du Numérique (Wallonie- Belgique) **_56**
 Aguetant Clémentine **_06**
 Airbnb **_94**
 ALD Automotive **_10**
 ALPA/XR **_30**
 Amazon **_76**
 Antonioni Michelangelo **_66**
 ANWB **_94**
 App-Sandering Jana **_22**
 Apple Pay **_10**
 Arbed **_104**
 ArcelorMittal **_20**
 Arthur Welter Logistics **_07**
 Assouline **_06**
 Auberge de jeunesse **_28**
 Aulner Jean **_07**
 B Medical Systems **_23**
 Baccarat **_06**
 Backes Yuriko **_25**
 Baillie Sasha **_35**
 Bamolux **_28**
 Banque Internationale à Luxembourg (BIL) **_36**
 Barberet Lucile **_25**
 Barnes & Noble **_76**
 Becker Architecture & Urbanisme **_108**
 Beiler François Fritsch **_26**
 Belgacem Ouissem **_24**
 Berdin Johannes **_82**
 Berscheid Georges **_23**
 Bettel Xavier **_23**
 BGL BNP Paribas **_28**
 Bicherhaischen **_76**
 Big Data Technopole-Bologna Hub **_66**
 BikooTrip **_14**
 Bizart **_107**
 Bonn **_06**
 Boos Christian **_100**
 Boothted **_20**
 Brasserie & Ecolodges Péitche Lauer **_28**
 Brasserie Camping's Stuff **_28**
 Brasserie Nationale **_16**
 Breton Thierry **_58**
 BSI **_56**
 Business Club Luxemburg Deutschland **_82**
 Buzzi Unicem **_104**
 Cactus **_08, 16**
 Café High Chapparral **_40**
 Cahen Corinne **_24**
 Caisse de Décès Mutualiste (CDM) **_33**
 Caisse Générale de Prévoyance Mutualiste (CGPM) **_33**
 Caisse Médico-Complémentaire Mutualiste (CMCM) **_33**
 Caisse nationale de santé **_33**
 Camping Auf Kengert **_94**
 Camping La Pinède **_28**
 Camping Le Moulin **_40**
 Camping Martbusch **_36**
 Camping Park Beaufort **_36**
 Camprilux **_33, 94**
 Candy Factory **_14**
 Caritas Luxembourg **_07**
 Casa Do Brill **_08**
 Casper's Climbing Shop **_44**
 Centre d'Information et de documentation – Fraen an Gender (CID) **_25**
 Centre national d'Info-Handicap **_28**
 Centre national de compétences en calcul de haute

performance **_30**
 Centre National de Formation Professionnelle Continue (CNFPC) **_33**
 Centre pour l'égalité de traitement (CET) **_25**
 CES **_52**
 CFL **_28**
 CFL Flex **_32**
 Chambre de Commerce **_18, 26, 31, 32, 56, 60, 100, 104**
 Chambre Immobilière du Grand-Duché de Luxembourg (CIGDL) **_20**
 Chatelain Christel **_60**
 Christofle **_06**
 Château d'Urspelt **_88**
 Cimalux **_104**
 Ciments d'Esch **_104**
 Ciments Luxembourgeois **_104**
 clic **_25**
 Clearstream **_34**
 Clohse Manuel **_100**
 Clohse Stephanie **_100**
 codeSpark **_76**
 Comité pour la promotion des exportations luxembourgeoises (Copel) **_25**
 Commission européenne **_54, 58**
 Compagnie Générale des Ciments **_104**
 Conseil national des femmes du Luxembourg (CNFL) **_25**
 Cosyn Lynn **_16**
 Creos Luxembourg **_07**

D,E
F,G

Daher **_34**
 Dähne Verlag **_102**
 Daming Albert **_07**
 De Meyer Arnaud **_26**
 Delaporte Marion **_34**
 Delles Lex **_28, 39, 68**
 Détection Électronique Française (DEF) **_14**
 Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) **_16**
 Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz **_56**
 Deutsches Wanderinstitut **_36**
 Dexia **_36**
 Digital Devotion Group (DDG) **_82**
 Digital Learning Hub (DLH) **_25**
 Donnet Cédric **_18**
 Doriguzzi Diana **_102**
 Dyckerhoff **_104**
 Ecker Serge **_32**
 Edelman Harry **_34**
 Edenred **_10**
 Editus **_18**
 Eloy Cedric **_34**
 Umwelt.lu **_61**
 Enigma Rooms **_36**
 Enterprise European Network (EEN) **_56**
 Ernster **_76**
 Escher Bamhaiser **_36**
 Escher Déierepark **_36**
 Etihad Aviation Group **_23**
 Etihad Cargo **_23**
 Eures **_30**
 European Digital Innovation Hubs (eDIH) **_56**
 European Federation of Campsite Organisations and Holiday Park Associations (EFCO&HPA) **_94**
 European Labour Authority (ELA) **_30**
 Expo 2020 Dubai **_22**
 Falk Schramer **_08**
 Faw-Silk-EV **_66**
 Fayot Franz **_26, 30, 34, 35, 60**

Fellini Federico **_66**
 Felten Andy **_31**
 Ferrari **_58, 66**
 FilmFund **_30**
 Finologiee **_23**
 Flammang Estelle **_34**
 Fondation Alphonse Weicker **_28**
 Fondation Idea **_62**
 François Valérie **_08**
 Fritsch Mathias **_26**
 Frydenel Casper **_44**
 Fédération Luxembourgeoise d'Escalade, de Randonnée Sportive et d'Alpinisme (FLERA) **_36, 44**
 Fédération Nationale de la Mutualité Luxembourgeoise (FNML) **_33**
 Ganshof van der Meersch André **_22**
 Gedink Linda **_94**
 GIE Luxembourg@Expo2025Osaka **_26**
 Gindt Max **_56**
 Globus Baumarkt **_102**
 Globus Fachmärkte **_102**
 Globus Lux **_102**
 Glorieux Michelle **_76**
 Goethals Gregory **_18**
 Goodyear **_10, 30**
 Grand E-Nov+ **_56**
 Grauberger Sergej **_102**
 Greenpixel **_34**
 Gregor Julia **_34**
 Groupe International des Importateurs de Gaz Naturel Liquéfié (GIIGNL) **_50**
 Groupe Lamy **_36**
 Groupe Saint Paul **_36**
 Guichet Unique PME **_100**

H,I,J

Haaf Matthias **_82**
 Handbag Expert **_08**
 Hansen André **_26**
 Hela Profi Zentren **_102**
 High Security Hub (HSH) **_14**
 HLG Ingénieurs conseils **_108**
 Hocarel **_31**
 Holiday Inn **_94**
 Horesca Luxembourg **_26, 31**
 Horest **_31**
 House of Startups (HoST) **_82, 56, 76**
 Huawei **_56**
 Hublet Antoine **_56**
 Husky Technologies **_34**
 Huwer Timo **_102**
 Hôtel Saint-Nicolas&Spa **_28**
 Immotop **_20**
 IMS **_24**
 Indigo Park Luxembourg **_32**
 Info-Handicap **_42**
 INFPC **_32**
 Ingram **_76**
 INNSiDE by Meliä Luxembourg **_28**
 Instagram **_88**
 Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises (INDR) **_28**
 International Climbing and Mountaineering Federation (UIAA) **_36**
 International Federation of Sport Climbing (IFSC) **_36**
 International Organization for Standardization (ISO) **_23**
 Istituto Ortopedica Rizzoli 8 **_66**
 Jacobs Julie **_82**
 Jangled Nerves **_26**
 Jean Schmit Engineering **_108**

Jonk Entrepreneuren Luxembourg **_32**
Jost Nikolaus **_108**

**K,L
M,N**

Keune Mathias **_36, 74**
Kilogram **_74**
Kirdorf Adolf **_82**
Kirdorf Emil **_82**
Kleos Space **_12, 16**
Koconsult **_08**
Kodehyve **_20**
Konzept & Markt **_102**
Kranz Adelheid **_102**
Kräizbiërg Foundation **_22**
Kulturfabrik **_28**
Kummer Liz **_16**
KVE Composites **_34**
La Luciole **_18**
Lamberty Stéphanie **_74**
Lazard Jean-Claude **_06**
Lenert Paulette **_26**
Lewis Jesse **_76**
Lidl **_12**
Linkbynet **_22**
Lodomez Diana **_88**
Lodomez Freddy **_88**
Log2go **_67**
LouvignyMedia **_18**
Lucky Charms **_14**
Luxair **_08**
Luxaviation **_22**
LuxConnect **_30**
Luxembourg City Tourist Office (LCTO) **_82**
Luxembourg for Tourism **_36, 39, 68, 88**
Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) **_30, 34**
Luxembourg-City Incubator (LCI) **_18, 56, 82**
Luxexpo The Box **_31**
Luxinnovation **_30, 35, 76**
Luxlait **_16**
LuxProvide **_30, 56**
Lycée Josy Barthel Mamer (LJBM) **_31**
Mac Lloyd Daniel **_16**
Maison Kaempff-Kohler **_32**
Mastercard **_10**
Matériaux S.A. **_104**
McCall Tim **_76**
Meisch Claude **_25**
Melville House **_76**
Mercado Casa do Brill **_08**
Met de Penninghen Paris **_06**
Metaform Architects **_22**
Ministère de l'Environnement, du Climat et du Développement durable **_36, 44, 88**
Ministère de l'Économie **_35, 36, 42, 60, 68, 94**
Ministère de la Protection des consommateurs **_26**
Ministère de la Santé **_94**
Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche **_31**
Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse **_33**
Ministère des Classes moyennes **_28**
Ministère des Finances **_23**
Ministère des Sports **_44**
Ministère du Tourisme **_28, 94**
Ministère d'État **_56**
Minotti **_06**
Mixvoip **_23**
Mouvement écologique **_88**
Moyocci **_82**

Mulheims Raoul **_23**
Muller Carole **_25**
Muller Nathalie **_100**
Musée d'Art Moderne (MUDAM) **_36**
NaturaSchoul Lasauvage **_36**
Naval Surface Warfare Centre **_12**
Neumünster Abbey **_107**
Nirli **_08**
Noosphere **_07**
Novallia **_18**
Nuxe **_88**
Nyuko **_25**

**O,P
Q,R**

Oekozynter Pafendall **_36**
Office du Ducroire (ODL) **_25**
Office Régional du Tourisme Sud **_49**
on.perfekt **_34**
Opkorn **_14**
Opyos **_14**
Orange Luxembourg **_08**
Orbium **_22**
Order of Architects and Consulting Engineers (OAI) **_26, 36, 108**
Organisation des Nations Unies (ONU) **_36, 42, 54**
Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO) **_36, 49, 66, 68**
Outdooractive **_39**
Pall Center **_76**
Paluszkiwicz Xavier **_52**
Parc Le'h Adventures **_36**
Parc Merveilleux **_36**
Parlement Européen **_58**
Pavarotti Luciano **_66**
Penguin Random House **_76**
Peters Nora **_49**
Philip Morris **_66**
Piscine de Rédange **_36**
Poeckes Patrick **_104**
Port de Schwabsange **_28**
Port Pascal **_102**
Post Luxembourg **_16, 32**
PricewaterhouseCoopers (PwC) **_34, 56**
Prince Jonathan **_23**
Pro Natura **_36**
Promoculture **_07**
Psaltis Liz **_76**
Péitche Lauer Brasserie and Eco Lodges **_36**
Pétilances **_18**
Rcarré **_12**
Rech Christian **_104**
Reddeker Sebastian **_68**
Reeses's **_14**
Relais & Châteaux **_88**
Restena **_34**
RF.Cocoon **_34**
Ride Adventure **_36**
Rischette Sandy **_39**
Rix Alain **_31**
Rockids **_18**
Rosner Miriam **_06**
Rousset Alban **_56**
RSS-Hydro **_30**
Ruth Yannick **_88**

S,T,U

S.A.R. le Grand-Duc **_31**
S.A.R. le Grand-Duc héritier **_30**

S-Bank **_32**
Sales-Lentz **_82**
Scalmato Olivia **_08**
Schell Mark **_102**
Schneider Jacques **_16**
Scholtes Roger **_31**
Schorr Christian (Dr.) **_56**
Secretimmo **_12**
SES **_30**
Shime **_28**
Shochet Joe **_76**
Sichel Home **_76**
Sodexo **_07**
Solvit **_58**
Stade de Luxembourg **_28**
Startup Genome **_35**
Stateg **_52, 54, 94**
Steichen-Mongenast Joseph **_82**
Steiner Alexis (Dr.) **_56**
Steinmetz De Meyer architectes **_26, 32**
StreamTeam **_20**
Subway Fresh Forward **_32**
Sudenergie **_36**
Superniro **_10**
Syndicat des aubergistes et cafetiers organisés à Luxembourg (Sacol) **_31**
TA-DA! Language Productions **_76**
Tan Timothy **_34**
teNeues Verlag **_22**
Tenotel **_12**
Thelen Carlo **_26, 60, 100, 102, 104**
Thomas Nancy **_24**
Tomtom **_52**
Torrefakt **_100**
Travel Group Luxembourg **_10**
Trisciuglio Aldo **_67**
Trudon **_06**
Twinkies **_14**
UNICEF Luxembourg **_16**
Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) **_28**
University of Karlsruhe **_82**
Université de Stanford **_76**
Université du Luxembourg **_30**
Urban Timetravel **_82**
Uschkaloff Serge **_12**

**V,W,X
Y,Z**

Ville de Luxembourg **_18, 28, 82**
Virtual Rangers **_08**
Vizz **_36, 74**
Vladimirova Katia **_34**
VLV Lux **_14**
Volkswagen-Lamborghini **_66**
Voyages Emile Weber **_10, 36**
Wagener Nico **_100**
We love to travel **_10, 14**
Wealins **_23**
Weis Jeannine **_76**
Well Rounded **_34**
WithVR **_08**
école 42 **_25**
École de commerce et de gestion – School of Business and Management (ECG) **_31**
École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg (EHTL) **_42**

Impressum

Éditeur

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg
E-mail: chamcom@cc.lu
ISSN: 2418-4136

Rédaction

Tél: (+352) 42 39 39 380
Fax: (+352) 43 83 26
E-mail: merkur@cc.lu
Internet: www.cc.lu

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg

Abonnements

Pour tout abonnement, merci
de vous rendre sur le site:
<http://www.cc.lu>

Formule standard

6 numéros / an
Membres de la Chambre
de Commerce: gratuit
Non-membres: 15 euros / an

Directeur Communication et Marketing

Patrick Ernzer — patrick.ernzer@cc.lu

Rédactrice en Chef

Corinne Briault — corinne.briault@cc.lu

Rédactrice en Chef adjointe

Catherine Moisy — catherine.moisy@cc.lu

Rédaction

Lucie Barberini — lucie.barberini@cc.lu
Hannah Ekberg — hannah.ekberg@cc.lu
Marie-Hélène Trouilleux —
marie-helene.trouilleux@cc.lu
Sonia Jourdan — sonia.jourdan@cc.lu

Illustration de la couverture

Julie Wagener

Collaborations

Fondation IDEA
Affaires économiques,
Chambre de Commerce
Affaires internationales,
Chambre de Commerce
Avis et Affaires juridiques,
Chambre de Commerce

Photographes

Laurent Antonelli
Emmanuel Claude
Pierre Guersing
Matthieu Freund-Priacel
Ole Spata
Jamie Smith
Jean Christophe Verhaegen
Theo Solnik
Michel Zavagno

Régie publicitaire

Regie.lu
60, rue des Bruyères
L-1274 Howald
Tél: (+352) 4993 9000
E-mail: info@regie.lu
Internet: www.regie.lu

Communiqués de presse

merkur@cc.lu

Prochaine édition

15 septembre 2022

Direction Artistique et mise en page

lola.strategy&design

Tirage

37.000 exemplaires



regie.lu



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



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



„ECH HU VILL WËLLES
MAT MENGEM BETRIB,
GRAD AN DËSEN ZÄITEN.
DE CHARLES SUNNEN
ASS FIR MECH DO.“

ÄR PASSIOUN ASS OCH EIS PASSIOUN.

Nolauschteren, sech austauschen, zeréck an no vir kucken, fir d'Aktivitéit an déi verschidden Aspekter vun Ärem Betrib gutt ze verstoen an esou kuerz- a mëttelfristeg Projeten ëmsetze kënnen.

Fir méi gewuer ze ginn, kontaktéiert Äre Conseller, de Charles Sunnen a seng Ekipp:
49 924-3061 - www.banquedeluxembourg.com/entrepreneurs

 **BANQUE DE
LUXEMBOURG**

