

Meet our Members



— IKO —

Imaginer de nouveaux espaces de vie

TEXTE Corinne Briault

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz (Photos 01, 03, 06) et IKO (02, 04 ,05)

Entreprise familiale fondée en 1989 au Luxembourg, IKO est active dans plusieurs professions de l'immobilier (promotion, développement, investissement) avec la volonté de proposer des espaces répondant aux nouveaux modes de vie et de travail et l'ambition d'apporter des solutions respectueuses des enjeux environnementaux et sociétaux. IKO emploie 53 collaborateurs au Luxembourg et 150 en Slovaquie (Lucron) imaginant des projets résidentiels, de bureaux, Retail et de développement urbain. Une partie Asset Management est également proposée par les équipes IKO. Entretien avec Sandra Huber, Group Chief Development Officer. (Visite du 27 janvier 2023).

Votre plus grande réussite?

Je crois que toutes les réussites sont importantes et méritent d'être fêtées mais les plus grandes à mon sens sont celles menées en équipe qui reposent sur l'intelligence collective et la collaboration. J'ai beaucoup de souvenirs de ce type comme l'inauguration du centre commercial Muse à Metz ou encore le dépôt du PAP *Rout Lëns* à Esch sur Alzette. Ce que ces événements ont en commun c'est l'implication et la passion de personnes réunies autour d'un objectif commun et qui permettent de réaliser de grands projets.

Un échec marquant?

Il n'y a pas d'échec si on apprend de ses erreurs. Ce principe est fondamental et nous l'appliquons tous les jours chez IKO dans une démarche d'amélioration continue. Je pourrais citer une dizaine de projets qui ne se sont pas déroulés comme prévu et pourtant chacun d'eux m'a appris quelque chose de nouveau et m'a permis d'améliorer ma pratique et d'évoluer.

Des projets à venir?

Il y en a plusieurs. On peut citer notamment *Rout Lëns*, le futur quartier de 164.000 m² à Esch-sur-Alzette ; la future Maison de la Solidarité / Maison de la Croix-Rouge Luxembourgeoise à Howald ou Unicity, un projet mixte à Hollerich.

Selon vous, qu'est-ce qui vous différencie de la concurrence?

Nous essayons constamment de nous différencier et d'apporter une réelle valeur ajoutée au marché. Nous voulons



02



03



04



05



06

01. (De g. à dr.) Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, Eric Lux, CEO IKO et Sandra Huber, Group Chief Development Officer IKO.

02. 03. 04. 05. 06. Pour IKO, la réflexion va au-delà du bâtiment. En intégrant les aspects énergétiques, de mobilité et d'environnement dans tous ses projets la société propose une qualité de vie et de travail qui répond aux enjeux actuels et favoriser le confort et le bien-être des occupants.

également que nos projets aient du sens. Que ce soit avec *Wooden* où nous avons déployé les prémices de notre stratégie carbone en utilisant des matériaux biosourcés ou dans le cadre de notre siège *Well 22* où notre réflexion dépasse le bâtiment pour nous concentrer sur les usagers et leur bien-être au quotidien sur leur lieu de travail, nous nous efforçons d'apporter à nos clients une offre nouvelle et des services pertinents en réponse au contexte actuel.

Quelle est votre vision de l'entrepreneuriat? Un modèle?

J'ai la chance de côtoyer quotidiennement depuis 4 ans maintenant l'entrepreneur visionnaire qu'est Eric Lux, CEO d'IKO, avec lequel j'apprends tous les jours de nouvelles choses. C'est quelqu'un qui n'a pas peur d'innover et d'aller à contre-courant dans certaines situations sans jamais déroger sur la qualité des projets que nous menons. Avec *Rout Lëns* d'abord, il m'a fait confiance et m'a offert l'opportunité de concevoir un projet particulièrement ambitieux et porteur de sens et d'aller plus loin encore que ce que j'avais pu faire précédemment en travaillant pour des porteurs de projets publics. Cette envie de faire de belles choses trouve écho en termes de business puisqu'elle nous permet d'aller là où on ne nous attend pas et d'être souvent en avance de phase dans nos propositions.

Un conseil à donner à un entrepreneur en herbe?

Ne pas avoir peur de demander: ma mère dirait «pire qu'un non...». J'ai obtenu mon 1^{er} job étudiant à la Direction Départementale des Territoires (DDT) de cette manière. J'étais allée postuler au service des impôts et on m'a dit qu'ils cherchaient peut-être des gens à l'étage au-dessus (la DDT), le lendemain je recevais un retour positif et j'ai travaillé là tous les étés pendant 5 ans. Et honnêtement je n'étais pas particulièrement sûre de moi en y allant.

On ne fait rien seul: s'appuyer sur les autres, travailler ensemble, être solidaire est fondamental. Comme évoqué plus haut, je garde un excellent souvenir des derniers mois avant la livraison du centre commercial Muse dans le quartier de l'Amphithéâtre à Metz. Pourtant tous les jours nous faisons face à des problèmes divers et variés, mais jusqu'au bout tout le monde a été solidaire avec un objectif supérieur, livrer ce bâtiment à la bonne date. Rien n'est impossible: combien de fois ai-je entendu dans mon travail que ce ne serait pas possible du fait de contraintes réglementaires, de freins politiques, de problématiques techniques et pourtant... Sans faire fi de tout cela, je pense qu'il ne faut pas partir d'un constat d'échec quoi qu'il en soit et essayer. Parfois il suffit des bonnes

personnes ou du bon moment pour qu'une situation évolue et que les choses deviennent possibles.

Quelles difficultés rencontrez-vous actuellement? Comment les surmonter?

Le marché immobilier luxembourgeois est dans une phase difficile et nouvelle qui porte en elle de nombreuses inquiétudes avec l'augmentation des coûts de construction et le ralentissement brutal des ventes résidentielles dans le neuf. Le tout dans un contexte de transition environnementale accéléré par la pandémie et la crise ukrainienne. Les acheteurs, qu'ils soient en BtoB ou en BtoC sont plus que jamais sensibles à la qualité des biens produits. Ce «verdissement» de la construction doit répondre d'une part à une inquiétude sur le coût de l'énergie et de nouvelles réglementations et d'autre part à des critères ESG désormais incontournables. La question de l'usage elle aussi a beaucoup évolué. Cela se traduit par une réflexion plus poussée dans la conception et de nouveaux produits qui répondent mieux aux attentes avec une offre de services plus importante. Là encore, il importe de trouver de nouveaux *process* de travail, organiser des partenariats et renouveler notre offre de produits pour s'adapter à ce nouveau contexte. —