

MERKUR

Published by Luxembourg
Chamber of Commerce
www.cc.lu

MAI • JUIN 2022

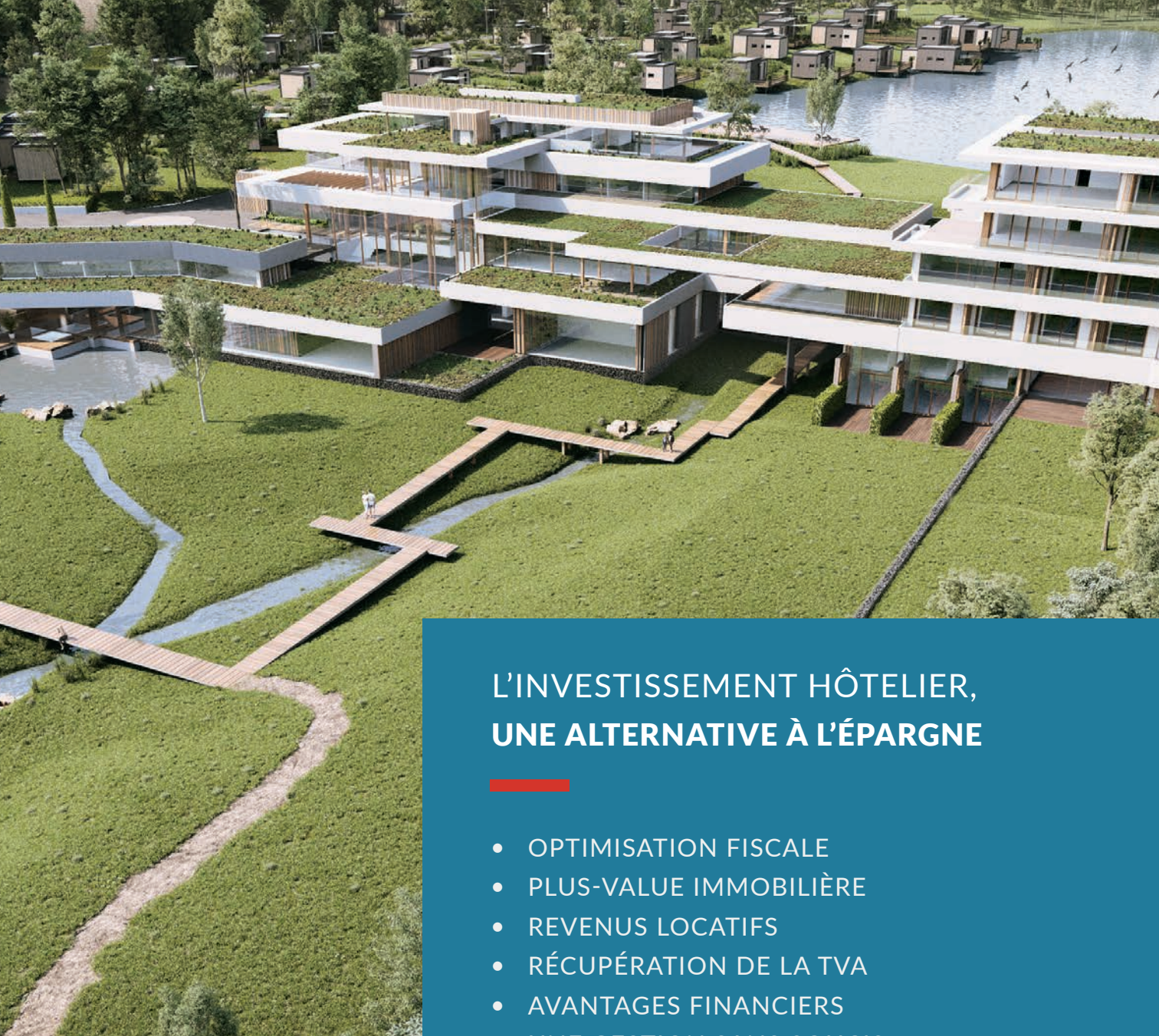
Cover Story: Exposition universelle Dubaï 2020
Mission(s) accomplie(s)!

The Interview: Maggy Nagel et Daniel Sahr
Success Story: Berl



45 4 €
9 770241 841366

CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG



L'INVESTISSEMENT HÔTELIER, UNE ALTERNATIVE À L'ÉPARGNE

- OPTIMISATION FISCALE
- PLUS-VALUE IMMOBILIÈRE
- REVENUS LOCATIFS
- RÉCUPÉRATION DE LA TVA
- AVANTAGES FINANCIERS
- UNE GESTION SANS SOUCIS



Anatura Hôtel Luxembourg - Lacs de Weiswampach

LAMY
PROPERTY

«ACHETER UNE CHAMBRE D'HÔTEL,
C'EST UNE OCCASION UNIQUE D'INVESTIR
DE FAÇON SÉCURISÉE ET RENTABLE.»



JE DÉCOUVRE

MERKUR

Fin mars 2022, l'Exposition universelle qui se tenait à Dubaï, aux Émirats Arabes Unis, a fermé définitivement ses portes. Quelques 200 pays et organisations internationales y étaient présents afin de mettre en avant leurs idées, leurs pavillons nationaux en relation avec le thème choisi pour l'exposition, *Connecting Minds, Creating the Future*. L'Expo 2020 de Dubaï était la première exposition universelle à se tenir dans la région Moyen-Orient, Afrique et Asie du Sud (MEASA). Comme depuis plus de 150 ans, le Grand-Duché de Luxembourg participait à ce grand événement mondial, au travers d'une collaboration entre le ministère de l'Économie et celui de la Mobilité et des Travaux publics, associés notamment à la Chambre de Commerce pour la mise en œuvre d'un volet économique. Le but était de montrer l'ingéniosité du pays, son esprit d'innovation et son engagement dans la circularité mais également de renforcer sa relation avec les Émirats Arabes Unis, actuellement son plus important partenaire commercial dans la région du Golfe. Le dossier de ce nouveau Merkur livre les grandes lignes d'un premier bilan tiré après cette exposition qui vient de s'achever. Le magazine de ce mois se penche aussi sur de nombreux acteurs économiques du Luxembourg qui ont pris part à l'aventure et ont suivi la Chambre de Commerce en participant au

D'une exposition à l'autre

vaste programme économique qu'elle avait mis en place à l'occasion de l'Exposition universelle de Dubaï.

C'est le cas dans la rubrique *Startup* avec SolarCleano qui propose ses services aux propriétaires et exploitants de champs solaires sur le marché mondial du photovoltaïque et de ChefPassport fondée en 2019, avec l'idée de rassembler des participants autour de la gastronomie, de la culture et des traditions. Dans la rubrique *Success Story*, on retrouve Green Innovation et la société Berl, toutes deux faisant parties des sociétés invitées à présenter leurs produits au sein du Pavillon luxembourgeois durant la *Semaine Made in Luxembourg*.

La rubrique *Meet our Members* de ce numéro est allée à la rencontre des sociétés Textilcord, spécialisée dans la fabrication de toile de renfort adhésive pour l'industrie pneumatique, de Creahaus active depuis

plus de 30 ans sur le marché de l'immobilier luxembourgeois et d'Ampacet, fabricant de produits en résine innovants.

Au fil du magazine, vous pourrez encore lire une grande interview (*The Interview*) de Maggy Nagel, commissaire générale du Luxembourg auprès de l'Expo 2020 Dubaï et Daniel Sahr, directeur du Pavillon luxembourgeois ; des articles aux sujets aussi variés que l'éco-innovation, le rapport du GIEC ou la cohésion sociale, dans la rubrique *The Economy* ; l'avis annuel de la Fondation IDEA qui intègre le magazine avec une rubrique qui lui sera désormais dédiée ; découvrir les opportunités de business en Arabie Saoudite dans la rubrique *Market Watch* ; vous informer sur le projet de *Data Act* dans *Legal Insight* et revenir en images sur les éditions 2022 du MIPIM, du Springbreak ou la remise des diplômes sanctionnant l'apprentissage dans les secteurs du commerce, de l'industrie, de l'hôtellerie et de la restauration, des services et du secteur social, autant d'événements qui font leur *come-back* après les restrictions dues à la pandémie.

Bonne découverte et bonne lecture !

« De nombreux acteurs économiques du Luxembourg ont suivi la Chambre de Commerce en participant au vaste programme économique qu'elle avait mis en place à l'occasion de l'Exposition universelle de Dubaï. »

42

Cover Story: Exposition universelle Dubaï 2020

Mission(s) accomplie(s)!

42 — 53

Repoussée de près d'un an en raison de la pandémie de Covid, l'Exposition universelle 2020 s'est déroulée du 1^{er} octobre 2021 au 31 mars 2022 à Dubaï, aux Émirats Arabes Unis. Quelque 200 pays et organisations internationales y étaient présents dans des pavillons conçus autour du thème choisi pour l'exposition, *Connecting Minds, Creating the Future*. L'Expo 2020 de Dubaï était la 24^e du genre à laquelle participaient des délégations luxembourgeoises comme elles le font depuis 1851.



Poster:
Bye Bye Dubaï -
Hello Osaka!

06 CORPORATE NEWS

06 — 14

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.

26 INSTITUTIONAL NEWS

26 — 38

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

54 THE ECONOMY

54 — 68

- Climat**
Un deuxième rapport du GIEC plus alarmant 54
- Éco-Innovation**
Une occasion à saisir pour le Luxembourg 58
- Cohésion Sociale**
Un regard sur le parcours d'intégration 62
- The Eye of the Economist** 64
- Show and tell** 66
- In a Nutshell** 68

70 IDEAS TO SHAPE THE FUTURE

70 — 71

Avis annuel d'IDEA
D'une crise à l'autre : pour une vision globale et... modeste

76 THE INTERVIEW

76 — 81

Maggy Nagel, commissaire générale du Luxembourg auprès de l'EXPO 2020 DUBAÏ et **Daniel Sahr**, directeur du Pavillon luxembourgeois

84 STARTUP

84 — 95

- SolarCleano**
Des robots au zénith 84
- ChefPassport**
La recette pour tisser des liens 90

96 SUCCESS STORY

96 — 107

- Berl**
De la tôle et des hommes 96
- Green innovation**
Le pouvoir de l'innovation 102

108 MEET OUR MEMBERS

110 — 113

- Creahaus**
Construire sur la confiance 110
- Textilcord Steinfort**
Du fil aux cordes 112

114 MEET OUR PEOPLE

114



p. 47



p. 57



p. 93

116 LUXEMBOURG RISING 116 — 117

118 IN THE SPOTLIGHT 118 — 121

- MIPIM 2022 :
une 15^e participation réussie 118
- Art Cube : Franck Miltgen 120
- Springbreak Luxembourg 2022 :
le grand come-back 120
- 602 jeunes diplômés 121

124 COMING UP SOON 124

125 UPCOMING TRAINING SESSIONS 125

130 THE MAKING OF ... 130

Takaneo



Discover a complete English version of the cover story: www.cc.lu/merkur into the publication section/ Merkur cover stories

— ENGLISH CONTENT —

CORPORATE NEWS 16

INSTITUTIONAL NEWS 39

LEGAL INSIGHT 72

EU Data Act proposal
A new framework for data sharing

MARKET WATCH 74

The Kingdom of Saudi Arabia

STARTING BLOCKS 82

MEET OUR MEMBERS 108

AMPACET
For new and innovative solutions

BLAST FROM THE PAST 115

IN THE SPOTLIGHT 122

Savour the best in Dubai 122

Fruitful Mission to the Kingdom of Saudi Arabia 123

Corporate News



Maxim Pasta 100 ans de saveur et de qualité

La première fabrique de pâtes alimentaires du Luxembourg a été fondée en 1922 par la famille Crescentini. Après avoir été société en nom collectif puis en commandite simple, Maxim Pasta est désormais une sarl depuis le 1^{er} janvier 2000. Elle est dirigée par Max Stoisa, fils de Rinaldo Stoisa, lui-même gendre du fondateur Max Crescentini. Après les premiers agrandissements réalisés en 1925, le programme d'investissements dans des équipements de plus en plus modernes n'a jamais cessé. À partir de la livraison des matières premières, le processus de fabrication - pétrissage, séchage lent et emballage - est entièrement automatisé. Aujourd'hui, Maxim Pasta propose une multitude de produits, répartie en trois variétés : les pâtes supérieures, les pâtes biologiques et les pâtes aux œufs. Au total, la gamme compte une quarantaine de produits différents, avec des emballages allant de 250gr à 5kg. Les pâtes sont fabriquées à partir de blés durs méditerranéens et canadiens et d'œufs frais de première qualité, provenant de poules élevées en liberté. Les produits sont référencés dans quasi tous les supermarchés du Grand-Duché, sous les marques MAXIM, BIOMAXIM et SPIGA. Une gamme a été spécialement conçue pour la restauration, sous la marque LUXPASTA, conditionnée en sachets de 3kg. Maxim Pasta distribue enfin, sous la marque DUE FAGIANI, des produits томатés (passata, tomates pelées, sauces) de très haute qualité.



— MUNHOWEN —

Ouverture du « Brauhotel »

Situé en face de la Brasserie Nationale à Bascharage, l'établissement « De Brauhotel » dispose de 55 chambres et est doté d'un workspace proposant de la petite restauration. Il vient renforcer l'offre hôtelière et touristique existante, en pleine année culturelle. Avec le site de la Brasserie Nationale et ses activités, l'hôtel forme un nouveau pôle d'attraction touristique dans le sud du pays.

Imaginé par le bureau d'architectes BALLINPITT, le bâtiment est reconnaissable à sa façade faite de baguettes en terre cuite, mélange de modernité et de matériaux plus traditionnels. Entouré d'une terrasse arborée et doté d'un parking de 50 places, cet hôtel dispose de 55 chambres classées en trois catégories (suites, familiales ou standards), d'une superficie allant de 18 à 36 m². Toutes présentent une décoration chaleureuse ainsi que des finitions intérieures soignées et *ecofriendly*. Au rez-de-chaussée, un espace convivial fait office de salle de petit-déjeuner le matin et de *workspace* le reste de la journée, avec bar à café et service de petite restauration. Côté décoration, le photographe luxembourgeois JEAN JEAN (Jean Hoffmann) a habillé les murs de l'hôtel avec des clichés en hommage à l'univers brassicole dans lequel s'inscrit l'établissement.

« De manière générale, le projet a été étudié et conceptualisé pour immerger totalement les clients dans une ambiance brassicole, avec la production de la Brasserie Nationale qui se trouve à quelques minutes seulement », indique Gregor Beul, urbaniste-aménageur en charge du projet. Visant à la fois une clientèle professionnelle et de touristes, « De Brauhotel » entend soutenir le développement touristique dans le sud du pays et inviter tout un chacun à découvrir l'histoire des bières produites dans la région. « Avec ce nouveau pôle touristique, nous visons une clientèle qui pourra non seulement loger chez nous, mais aussi visiter la brasserie, participer aux ateliers brassicoles organisés par De BrauAtelier, faire des dégustations de bières etc » explique Isabelle Lentz, gérante de la société « Hôtel de la brasserie ».

— LIDL —

Approvisionnement équitable

À l'occasion de Pâques 2022, l'enseigne Lidl a annoncé qu'elle s'approvisionnerait uniquement en cacao *fairtrade* d'ici 2025.

Cette annonce s'intègre dans la volonté du groupe de réaliser, chaque année, une hausse de 10% de son chiffre d'affaires dans les produits arborant un label durable. Grâce à sa gamme *Way-To-Go*, fabriquée à partir de cacao cultivé au Ghana et certifiée *fairtrade*, Lidl garantit une traçabilité précise du cacao utilisé, de la coopérative jusqu'au consommateur. Par le biais de cette initiative, Lidl verse une prime complémentaire à la coopérative Kuapa Kokoo qui réunit plus de 440 producteurs de cacao. Cette prime permet notamment de contribuer au financement de formations pour une agriculture plus durable, à l'optimisation des méthodes agricoles et à une diversification des récoltes visant à pérenniser les cultures et à sécuriser les revenus des producteurs. —



— WE ARE VOYAGERS —

Vêtements recyclés

Après 7 années passées dans le Marketing, Antoine Paulien a décidé de se lancer dans l'entrepreneuriat et la mode circulaire.



Photos: Fairtrade, Nascht, We are voyagers, SpaceX

— BORDERS —

Le centre commercial accueille une crèche

Une nouvelle structure du groupe Nascht a ouvert ses portes le 4 avril 2022 dans le centre commercial Borders, à Schengen, pour l'accueil d'enfants de 0 à 4 ans.

Le centre commercial Borders étant situé à Schengen, à la frontière entre le Luxembourg, la France et l'Allemagne, les travailleurs frontaliers pourront profiter de cette infrastructure moderne pour l'accueil de leurs enfants (de 6h à 20h), sur le chemin de leur travail. Il s'agit de la quinzième structure que le groupe Nascht, spécialisé dans le secteur des crèches et des foyers de jour depuis 2012, ouvre sur le territoire luxembourgeois. La nouvelle crèche accueille les enfants de 2 mois à 4 ans dans un cadre familial et chaleureux où règnent confort et bien-être. Les équipes mettent tout en oeuvre pour encadrer et stimuler les enfants. L'ambiance est douce, apaisante et sécurisante, comme l'exprime le nom de la crèche, Nascht signifiant « nid ». —



Kleos Space Lancement réussi

Kleos Space, fournisseur de données de reconnaissance de radiofréquence par satellites (DaaS), a lancé avec succès son troisième groupe de satellites, la Mission de Patrouille, le 1^{er} avril 2022 à bord de la mission Transporter-4 de SpaceX. Le véhicule de transfert orbital transportant les quatre satellites de la mission a été déployé avec succès sur une orbite héliosynchrone de 500 km après avoir été lancé depuis Cap Canaveral en Floride. Après cette phase, le constructeur de satellites, Innovative Solutions In Space (ISISPACE), apportera son assistance au lancement et à la phase d'exploitation précoce, y compris la mise en service du système en orbite et la manoeuvre finale des satellites dans leur formation opérationnelle. Ce lancement porte la constellation en orbite terrestre basse de Kleos à 12 satellites.

EFA Cédé à Universal Investment

Le groupe Universal Investment et les actionnaires d'European Fund Administration (EFA) ont annoncé la conclusion d'un accord pour l'acquisition d'EFA par le groupe Universal Investment. La transaction est soumise à l'approbation par l'autorité de supervision financière luxembourgeoise CSSF, et devrait être finalisée au cours du second semestre 2022.

Fondée en 1996, EFA est un des principaux prestataires de services d'administration de fonds, de services en matière d'actifs alternatifs et privés et de services de front (*middle and back office*). Ses clients sont des banques, des gestionnaires d'actifs, des compagnies d'assurance, des gestionnaires de patrimoine, des *family offices* et des investisseurs institutionnels.

■ Plus d'informations : www.wearevoyagers-store.com

— ORANGE LUXEMBOURG —

Des pas pour l'environnement

L'opérateur invite à relever un défi sportif en faveur de l'environnement en collaboration avec No Big Deal et Serve The City.

Lancée fin 2020, la start-up No Big Deal organise des défis sportifs, environnementaux ou sociaux pour soutenir des initiatives citoyennes. Orange Luxembourg et No big Deal ont lancé ensemble un nouveau challenge. Ils invitent les collaborateurs de l'opérateur et tous les volontaires à relever le défi *LetzClean* qui propose de réaliser 35.000 pas en six jours ou de courir 7 kilomètres en moins de 55 minutes. Pour participer, il suffit de télécharger l'application No Big Deal, de créer un compte et de choisir le challenge *LetzClean by Orange*. Le défi peut être réalisé librement le ou les jours de son choix. Pour chaque défi réalisé, Orange Luxembourg s'engage à soutenir le mouvement citoyen Serve the City, en finançant la collecte, le transport et le traitement d'un kilogramme de déchets ramassés par des bénévoles. Le défi prendra fin lorsqu'une tonne de déchets sera ramassée, soit 1.000 défis relevés. —



Deloitte Luxembourg / ABBYY

Association d'expertises

Le cabinet de conseil Deloitte Luxembourg et le spécialiste de l'*Intelligent Automation* ABBYY se sont associés afin d'aider leurs clients à accélérer leurs processus métiers et à accroître leur rentabilité. ABBYY propose en effet la plateforme *Process Automation* professionnelle la plus avancée au monde. Sa solution *Intelligent Document Processing* (IDP) fournit non seulement une reconnaissance de pointe de textes et d'images, mais aussi

une technologie de conversion des documents qui peut être facilement combinée aux principales plateformes d'*Intelligent Automation*. L'outil peut traiter tout type de document – de formulaires simples à des documents complexes et non structurés – quelle que soit la tâche – d'un seul document à un lot entier soumis à des accords de niveaux de services (SLA) stricts. ABBYY aide ainsi les entreprises à mieux comprendre tous les types de données dont elles disposent, qu'elles soient structurées (comme les rapports) ou non structurées (les e-mails, par exemple).

— LÈTZ COFFEE —

Capsules de café zéro déchet

La première capsule de café en bois est arrivée dans les rayons du Luxembourg ! Une innovation signée *Roude Léiw Bounekaffi* by *LëtZ Coffee*, qui détient l'exclusivité sur le marché.

Les premières capsules de café zéro déchet, en bois et émettant 55% de CO₂ en moins que celles en aluminium, sont désormais disponibles dans les magasins du Grand-Duché et sur le site www.roudeleiwbounekaffi.lu. Fabriquées à partir de copeaux de bois non traités, elles sont compostables, biodégradables et compatibles avec la plupart des machines Nespresso. Elles contiennent les cafés artisanaux certifiés bio et *fairtrade* qu'Olivier Delrue, maître-torréfacteur à la tête de la société *LëtZ* depuis 4 ans, crée dans son atelier de Rambrouch sous la marque *Roude Léiw Bounekaffi*. La marque créée par Will Kreutz en 2016, bien connue sur le marché, a en effet été rachetée l'été dernier par *LëtZ Coffee*. Olivier Delrue se réjouit de pouvoir proposer son innovation, réalisée avec la startup allemande Rezemo, aux consommateurs comme aux professionnels de l'Horesca : « *Ma petite équipe et moi partageons une même double conviction : la qualité de nos produits doit être sans faille et leur durabilité toujours plus élevée. Nous sommes particulièrement enthousiasmés par notre capsule en bois, côté contenu, comme côté contenant, qui réduit son empreinte écologique* ». Les capsules, entièrement composées de ressources renouvelables – même l'opercule est en cellulose de bois – se décomposent en 4 mois dans

un bon compost et en 6 à 8 mois dans la nature. Il s'agit d'un véritable progrès dans la réduction des déchets par rapport aux capsules précédentes fabriquées en canne à sucre et amidon de maïs déjà hautement biodégradables mais qui demeuraient en bioplastique.

D'abord testées pour les cafés aromatisés (Quetsch, Whisky, Hanf, Gin et Feierdeeg), les capsules en bois habillent également les 3 créations 100% Arabica, bio et *fairtrade* de *Roude Léiw Bounekaffi* : Voller Kraaft (Ethiopie et Mexique), Espresso (Pérou) et, à partir de l'automne prochain, Duusse Goût (Ethiopie), toutes disponibles en conditionnements de 20, 100 ou 500 capsules. —



Lush Pour limiter les emballages

Depuis les 21 et 22 mars 2022, respectivement Journées Mondiales de la Forêt et de l'Eau, les sacs en papier sont devenus payant chez Lush, enseigne de cosmétiques artisanaux possédant plusieurs magasins au Luxembourg. Cette action poursuit un double objectif : encourager les clients à utiliser des sacs réutilisables afin de limiter la prolifération d'emballages à usage unique, et récolter des fonds pour soutenir la régénération, puisque la totalité du prix de vente des sacs (hors TVA) est reversée au fonds caritatif Re:Fund. Lush propose 3 tailles



de sacs fabriqués à partir de papier 100% recyclé, vendus 0,30 euros l'unité. L'enseigne est persuadée qu'avec du temps et de la pédagogie, chacun peut changer ses habitudes pour s'orienter vers une consommation plus responsable.

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



Apothecary Charity edition : premier don

Jerry Wagner, propriétaire et patron d'Apothecary – The Cold Pressed Juicery, fournisseur de jus de fruits et de légumes sains et vitaminés, a remis un chèque de 3.600 euros à Philippe Majerus, directeur de la Fondation du Grand-Duc et de la Grande-Duchesse. Il s'agit du montant provisoire des recettes de vente de la *Charity Edition* d'Apothecary. La remise du chèque a eu lieu en présence de l'artiste Jacques Schneider, qui a imaginé cette édition exclusive limitée à 3.500 bouteilles, dont les étiquettes renferment des graines permettant de faire pousser chez soi les carottes utilisées pour la fabrication de la boisson.

Gecko 15 bougies

L'agence de communication Gecko vient de célébrer son 15^e anniversaire et de réaffirmer son ambition d'être une agence de communication globale. David Schloesser, CEO, explique : «*Je ne partage pas l'avis des personnes qui disent que la publicité ou les supports imprimés sont en fin de vie. Je crois qu'il est important pour les entreprises de penser à une approche de communication et de marketing multicanal, composée de l'imprimé et du digital*». C'est pourquoi, Gecko Group a nommé son nouveau département digital, créé fin 2021, Ratio, en référence au golden ratio, proportion géométrique idéale pour exprimer le bon dosage entre digital et print.

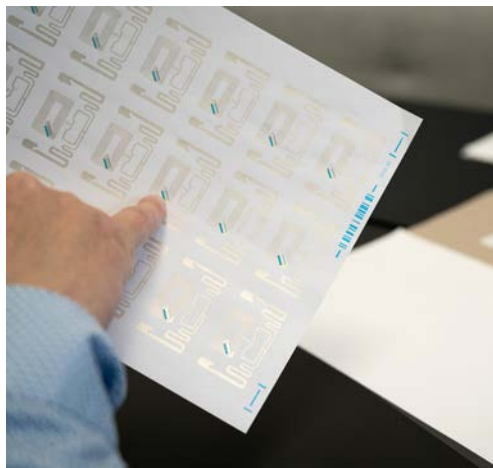
■ Plus d'informations :
www.gecko.lu

— VICTOR BUCK SERVICES —

Impression industrielle d'antennes électroniques

Le 3 mars 2022, dans le cadre de la diversification de ses activités, Victor Buck Services (VBS) a accueilli S.A.R. le Grand-Duc Héritier, accompagné du ministre de l'Économie Franz Fayot, pour une visite de site.

Filiale à 100% du groupe POST Luxembourg, VBS est spécialisée dans la collecte, la gestion et la distribution sécurisée d'informations et de données essentielles aux activités commerciales. Lors de la visite du 3 mars, VBS a présenté l'évolution et les perspectives de ses activités, dont la nouvelle impression industrielle d'antennes électroniques qui se distingue par son caractère innovant et son approche écoresponsable. Depuis octobre 2021, sous la marque Joaneo, Victor Buck Services propose en effet des antennes RFID (*Radio Frequency Identification*) et NFC (*Near Field Communication*). Leur cycle de production a été étudié pour minimiser l'impact environnemental, du choix de la technique d'impression à celui des substrats recyclables. Les antennes Joaneo sont destinées à diverses applications telles que l'authentification et la traçabilité d'objets dans les secteurs comme l'alimentation, l'industrie pharmaceutique et la santé en général, ou encore la logistique. Dans une approche locale et durable, l'ensemble de la production est réalisé au Luxembourg, de la conception au prototypage jusqu'à l'impression des antennes sur les supports finaux. Les conceptions Joaneo peuvent être co-développées avec les clients pour trouver une solution durable et efficace correspondant à l'application ciblée. —



— CK GROUP —

Encore plus de services

Charles Kieffer Group (CK) a annoncé que sa division Office Technologies a fait l'acquisition de la société iTEC au travers de sa filiale SOLUPRINT.

Créée en 2004 à Esch-sur-Alzette, iTEC propose quatre activités complémentaires, le *computing*, la réparation de matériel IT, le *document management* et le *printing*, grâce à une équipe polyvalente de 19 personnes qui assure l'installation et la maintenance des outils bureautiques chez les clients. Son savoir-faire s'appuie sur des partenariats solides avec, entre autres, HP, Lenovo ou encore Lexmark.

David Gray, General Manager du groupe CK a déclaré : «*C'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous annonçons l'acquisition d'iTEC. Nous sommes ravis d'accueillir son personnel, leurs compétences, mais aussi son réseau de clients, au sein du groupe CK. iTEC jouit d'une excellente image sur le marché luxembourgeois, d'une clientèle de renom et de partenaires importants. Nous voyons ce rachat comme un partenariat stratégique fort qui respectera l'identité et les spécificités d'iTEC*». Pour sa part, Claude Crovisier, directeur commercial et co-fondateur d'iTEC, a renchéri : «*Nous sommes ravis d'intégrer la grande famille CK et d'unir nos forces aux leurs. Nos entreprises et nos équipes ont pour objectif commun de proposer les meilleures technologies pour améliorer les environnements de bureau et permettre à nos clients de mieux travailler, d'être plus efficaces, rentables et durables. Nous sommes convaincus que l'union de nos forces et expertises démultipliera le succès d'iTEC et donc du groupe CK*». —



“

**WE OFFER
TAILOR-MADE
SOLUTIONS**

Claude HIRTZIG



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



Brasserie Nationale Nouvel habit pour la Bio Funck Bricher

Relancée sur le marché il y a un peu plus de trois ans, la bière bio luxembourgeoise Funck-Bricher, dont les ingrédients issus de l'agriculture biologique sont garantis sans pesticides, sera désormais proposée à ses adeptes dans un nouveau format pratique et très écologique : la canette de 33 cl. Il s'agit en effet d'un emballage indéfiniment 100% recyclable... à condition de le trier correctement bien entendu. Permettant une protection idéale de la bière contre les rayons UV, la canette Funck-Bricher garantit également un service "stylé" : la tête en bas, cette jolie canette au design décalé et *upside-down*, vient délicatement se poser sur son verre adapté pour une dégustation... renversante!

Ceratizit

Rachat complet de Stadler Metalle

Le 1^{er} mars 2022, CERATIZIT a acquis les 50% restants des parts de Stadler Metalle et est ainsi devenu l'unique propriétaire de cette entité spécialisée dans le commerce et le traitement de matières premières secondaires. Pour CERATIZIT, membre du groupe autrichien Plansee, Stadler Metalle est à ce jour le principal fournisseur de matières premières secondaires pour la fabrication de poudres de carbure et de carbure de tungstène. Le rachat de parts de Stadler début 2019 avait constitué une étape importante pour le Groupe CERATIZIT pour devenir indépendants des matières premières provenant de Chine et de régions en crise. La part de matières premières primaires restant nécessaires sur le plan technique est désormais entièrement couverte par le Groupe grâce à des mines occidentales certifiées.

Post Finance

Payer sans contact

POST Finance propose désormais à ses clients Apple Pay, un moyen de paiement sécurisé et confidentiel qui évite aux clients de remettre leur carte de paiement à quelqu'un d'autre, de toucher des boutons physiques ou d'échanger de l'argent et qui utilise la puissance de l'iPhone pour protéger chaque transaction. Pour effectuer un paiement, il suffit de tenir son iPhone ou son Apple Watch à proximité d'un terminal sans contact. Chaque achat est sécurisé car authentifié par Face ID, Touch ID ou code d'accès de l'appareil. Chaque transaction est autorisée grâce à un code de sécurité dynamique unique. Apple Pay est accepté dans de nombreux autres endroits, dont les magasins d'alimentation, les pharmacies, les taxis, les restaurants, etc.

Hifi International Service Big Collect

Afin d'aider chacun à recycler, Hifi International renforce son engagement sur le traitement des appareils ménagers en fin de vie. L'enseigne qui possède 10 magasins au Luxembourg propose aux résidents et frontaliers de recycler gratuitement leurs vieux appareils électroménagers et multimédia, du téléphone à la machine à laver. Déjà menée en 2021 sur une période d'un mois, l'opération "Big Collect" est désormais permanente et sans obligation d'achat. Nul besoin d'être déjà client de l'enseigne pour profiter du service. Pour confier ses vieux appareils usagés, trois possibilités : déposer les petits appareils en magasin, profiter d'une nouvelle livraison pour confier l'ancien appareil au livreur ou encore prendre RDV afin que Hifi vienne directement collecter les appareils encombrants à domicile.



— TOTALENERGIES —

Recharge rapide

Les stations-service de TotalEnergies au Luxembourg, situées à Gasperich et à Belval sont désormais équipées de bornes de recharge rapide. Au total, trois bornes ont été installées dans les deux stations-service, dont une à Gasperich et deux à Belval.

«L'installation de ces bornes reflète parfaitement notre objectif d'accompagner nos clients dans la transition vers la mobilité électrique, que ce soit au travail, au domicile, ou sur la route. C'est une étape de plus qui nous permet de réaliser l'ambition de TotalEnergies : devenir un acteur majeur de la transition énergétique», explique Patrick Schnell, Directeur General de TotalEnergies au Luxembourg. La puissance de la borne installée dans la station-service de Gasperich est de 50kW. Elle dispose d'un câble *Combined Charging System* (CCS), d'un câble CHAdeMO (standard créé en 2010 par les industriels nippons et qui équipe principalement les modèles asiatiques) et d'une prise AC (courant alternatif). Ainsi, une voiture peut recharger en courant alternatif pendant qu'une deuxième charge en courant continu (DC). La nouvelle borne vient remplacer une borne obsolète qui avait été installée précédemment.

La première borne installée à Belval est identique à celle installée à Gasperich, tandis que la deuxième peut charger jusqu'à une puissance de 120kW. Cette dernière est équipée de deux connecteurs CCS et permet à la majorité des véhicules électriques de recharger l'équivalent d'environ 300km en 30 minutes. Si les deux câbles sont utilisés simultanément, la puissance maximale par connecteur est de 60kW. «Lors de l'inauguration de la station en octobre passé, nous avions annoncé qu'elle serait équipée de deux bornes de recharge rapide. Nous sommes heureux de pouvoir ainsi continuer à développer nos offres d'énergies alternatives, qui ne se limitent pas à l'énergie électrique», souligne Eric Bleyer, directeur Mobility & New Energies de TotalEnergies au Luxembourg. —



Un interlocuteur unique au service de votre entreprise et de votre patrimoine privé



À la BIL, votre Responsable de relation s'entoure des meilleurs spécialistes pour vous accompagner dans la concrétisation de tous vos projets professionnels et privés. Rendez-vous sur www.bil.com/businessowner ou contactez directement votre Responsable de relation BIL.

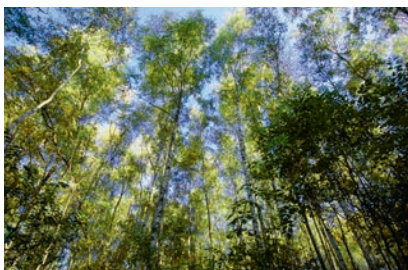


— CACTUS —

Communication vertueuse

L'entreprise familiale Cactus est depuis ses origines en 1967 consciente de sa triple responsabilité, économique, écologique et sociale.

Le groupe a décidé en mars 2022 de passer, en 6 mois, à une politique de communication réduisant la consommation de papier d'au moins 50% dans un premier temps. Cet engagement durable s'inscrit dans la lignée de la campagne «Changeons! Agissons!» démarrée en janvier 2021. Dorénavant, c'est le nouveau site internet *cactus.lu* qui permet de découvrir les promotions actives dans le réseau de vente ainsi que l'application Biscuit, mise au point par une startup luxembourgeoise avec laquelle Cactus a signé un partenariat pour la diffusion de ses catalogues promotionnels. Ces nouvelles voies de communication ont comme but commun de *switcher* la communication papier vers une communication digitale moderne, efficace et écoresponsable. —



— MUSÉAL —

Nouveau site internet

Muséal, éditeur d'objets et cadeaux inspirés du patrimoine luxembourgeois s'est doté d'un nouveau site internet plus simple, plus épuré et plus moderne.

Les articles proposés dans la boutique virtuelle du site sont désormais classés en catégories clairement définies pour une meilleure navigation des clients. Ceux-ci ont ainsi le choix entre les accessoires, les arts de la table et les vins, les bijoux pour femme ou homme, les bronzes animaliers, les livres, lithographies et gravures, la maroquinerie, les sculptures ou encore la section des créateurs luxembourgeois. En entrée de catégorie, le nombre de produits proposés est clairement indiqué. Le choix des clients est facilité par l'indication immédiate du prix, des dimensions, des coloris disponibles et des quantités en stock. Une fonction zoom permet d'agrandir les photos des objets. —



— APOLLO STRATEGISTS —

10 ans de conseils en communication

Encouragée par les retours et succès d'une décennie de conseils en stratégie de communication et en gestion de crises, le cabinet Apollo Strategists se dote de nouvelles ressources pour développer sa propre stratégie et élargir son spectre d'activités dans un écosystème luxembourgeois changeant et opportuniste.

Dès son lancement en avril 2012, Apollo Strategists s'impose comme une référence au Luxembourg en matière de communication. Dans sa phase de démarrage, le cabinet se focalise sur le conseil en stratégie de communication et de relations publiques et parvient à gagner la confiance de grands groupes corporates, d'institutions publiques, de PME et de TPE du Luxembourg et au-delà.

En 10 ans, Apollo Strategists a activement accompagné les acteurs de l'écosystème du Luxembourg et contribué à développer la compréhension, aux seins des entreprises, de la nécessité de stratégies de communication structurées, leur permettant de faire face aux turbulences des marchés, d'attirer et garder les talents ainsi que de pourvoir à leurs vision et mission. Aujourd'hui, les stratèges d'Apollo appliquent leur expertise au propre développement de l'agence, en s'appuyant aussi sur le réseau international de conseillers stratégiques FTI Consulting dont elle fait partie. Les réalités d'un marché plus disruptif que jamais, les défis concurrentiels inédits, et l'évolution qui s'accélère inexorablement amènent en effet Apollo à s'adapter en étendant et en approfondissant encore ses champs d'actions. —

— SODEXO / MA LANGUE SOURIT —

Gastronomie en bocal

Le 23 mars 2022, Sodexo a révélé une nouvelle gamme de petits plats en bocaux signés Cyril Mollard, célèbre chef du restaurant Ma langue sourit à Moutfort.



Il y a un an, Sodexo lançait une série de plats en bocaux La Collection, pour répondre au nouveaux besoins des clients, nés avec la pandémie et les confinements. Le télétravail se banalisant et certains lieux de restauration étant fermés, de nouvelles habitudes de vie plus nomades se sont développées. La solution des bocaux à emporter chez soi comme au bureau s'est donc imposée à la société de restauration collective. L'idée était de proposer des recettes gourmandes, faites maison, dans un contenant écoresponsable en verre. Quelques mois plus tard, le chef Cyril Mollard s'associe à l'initiative et souhaite réinventer la

façon de déguster un bocal, en faisant une déclinaison gastronomique, une vraie gourmandise. Avec les chefs de Sodexo, très impliqués, ils créent ainsi deux bocaux, l'un à base de viande et l'autre à base de poisson, avec chacun de vrais légumes en morceaux et en mousseline pour un intéressant mélange de textures. Il ne restait plus qu'à choisir un joli bocal pour porter les couleurs et l'identité visuelle de Ma langue sourit. Le résultat est un vrai moment de bonheur, digne du restaurant doublement étoilé au guide Michelin et une belle aventure humaine entre le chef Mollard et l'équipe de Sodexo. —

DARK IS THE NEW BLACK



AVEC CISCO

Professionnels, passez à
ConnectedOffice pour protéger
votre business et vos données
des cyberattaques et du dark web.

post.lu/connectedoffice



— TELINDUS —

Alliance strengthens innovative cloud solution

Microsoft and Telindus have strengthened their alliance by designing an innovative Azure cloud solution, hosted in Luxembourg.

The hybrid cloud solution facilitates compliancy with various regulations, promises to accelerate the move to the cloud, especially for very critical workloads, and allows customers to benefit from public cloud features in a private environment. Based on Microsoft Azure Confidential Computing, Azure Arc and Telindus' U-flex, this hybrid cloud solution allows customers to deploy Azure-native services from Azure to a local environment (U-flex) with data localisation and processing in Luxembourg. U-flex is a well-established private & regulated IT outsourcing platform, based in Luxembourg, and operated by Telindus. It has a proven track record with customers in Luxembourg and beyond. Many clients have chosen to move their IT to the U-flex platform, in a full IT outsourcing scheme. Azure Arc is a set of technologies that brings Azure security and cloud-native services to hybrid and multicloud environments. —



Banking Circle/ SepaExpress Acquisition boosts e-commerce solutions

SepaExpress, which provides reliable and seamless account-to-account (A2A) payments on a white label basis for Payment Service Providers (PSPs) and merchants in Europe, has been acquired by Banking Circle Group, the next generation financial technology platform for global commerce. Less than five years after the launch of its first solution, SepaExpress now processes millions of transactions on a monthly basis. By becoming a member of the

Banking Circle ecosystem, it gains immediate access to the technology infrastructure and financial resources to accelerate its growth. As companies digitise their customer and supply chain interactions, there is a growing need for modern financial solutions. With offices around the world and payment flows of more than EUR 200 billion, the Banking Circle ecosystem addresses this need, serving payment companies, banks, global markets and online merchants. The addition of SepaExpress to the Banking Circle ecosystem complements its rich set of e-commerce solutions. —

— LUX-AIRPORT —

Investing in e-Fuels to support a climate-neutral aviation sector

lux-Airport is investing in the production of sustainable aviation fuel based on renewable energy by acquiring a shareholding in Norsk e-Fuel.

In late March, François Bausch, Deputy Prime Minister and Minister of Mobility and Public Works, together with René Steinhaus, President and CEO of lux-Airport, Richard Forson, President and CEO of Cargolux Airlines International, and Carl Berninghausen, Chairman of the Board of Directors of Norsk e-Fuel, presented lux-Airport's plan to invest in the production of sustainable aviation fuel based on renewable energy by acquiring part of the company Norsk e-Fuel, a leader in the development of e-Fuel production with its experienced shareholders and relevant patents.

After achieving the 'carbon neutral' (level 3+) certification by Airports Council International (ACI), lux-Airport is expanding its environmental engagement by investing in the production of e-Fuels, an important component of sustainable aviation fuel (SAF), to fulfill the 'Fit for 55' guidelines of the European Commission. With this investment, lux-Airport joins four partners, Sunfire, Climeworks, Valinor, and Paul Wurth, to drive the production of e-Fuels, the most sustainable type of SAF. Moreover, they can reduce life-cycle emissions by up to 99% compared to conventional fuels and do not compete with food security or land use. Accelerated by the European

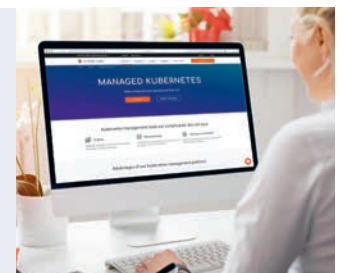
Commission's 'Fit for 55' proposal, which aims to reduce greenhouse gasses by 55% by 2030, lux-Airport will target its investments in projects which support this initiative. The European Commission's target for the aviation industry is to substitute fossil fuels with a quota of 63% SAF. Included in the 63% is a requirement that 28% of the total fuel uplift in the EU are e-Fuels. Already by 2030, every EU airport with more than 1 million passengers or 100,000 t cargo per year is obliged to use 5% SAF and 0.7% e-Fuels of its total fuel consumption.

lux-Airport's investment in e-Fuel production underlines a commitment to supporting the targets for a climate-neutral aviation sector. —



G-Core Labs Kubernetes Service in 15 Region Global Cloud

G-Core Labs has announced Managed Kubernetes, a new highly-secured PaaS service that allows enterprises to deploy Kubernetes clusters without the complexities of managing the control plane and containerised infrastructure. Managed Kubernetes enables clients to access ready-to-use Kubernetes clusters and automated application scaling and deployment in its secure cloud environment. 'The operational benefits of Kubernetes have become increasingly apparent in the last few years, but the complexity of container orchestration



across clouds and on-premises deployments can be overwhelming', said Seva Vayner, director of Edge Cloud Stream, G-Core Labs. 'Platforms and services that provide easy on-ramps to Kubernetes for global enterprises are providing strong value in the market today'.



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

— RTL/BCE —

RTL Today Radio live has launched!

RTL Luxembourg has selected BCE's StudioTalk to produce and broadcast its visual radio, RTL Today Radio, the new web radio in English and the heartbeat of Luxembourg, bringing together news, local events, and insights into life in the Grandest Duchy of them all.



Like the RTL website, RTL Today Radio is fun, friendly, interactive, and community oriented. StudioTalk, as an all-in-one solution to produce shows, manage content, add special effects, control sets and broadcast programmes on any existing platform, is the producer.

RTL Luxembourg was looking for a visual radio solution that could integrate the full branding of their new media, synchronise with their radio automation and broadcast on their website while being fully automated.

In less than three months, Broadcasting Center Europe (BCE) installed the solution in RTL Today Radio studio, including the cabling, infrastructure, and platform configuration.

Geared up with four PTZ (Pan-Tilt-Zoom) cameras and multiple screens, StudioTalk is perfectly synchronised with the radio

automation to broadcast music and news with the content on visual radio screens (in the studio and on the website). StudioTalk also triggers the different live shows, manages the camera production, with the intelligent identification of the speakers, and automatically adds the graphic titles with the data encoded in the system.

'StudioTalk is an amazing solution, it completely transformed our way of working. The solution takes care of everything, we can concentrate on our content and live shows. From a simple touchscreen interface, we can manage the full solution, add graphics, titles and even take the control over the system, in case of special guests or breaking news', said Gerard Floener, Head of Digital Development Radio & Deputy Head of Radio Programmes at RTL Luxembourg. —

— ARCELORMITTAL /ESCH2022 —

Luxembourg's steel industry builds on its commitment to the arts

ArcelorMittal Luxembourg, a historical figure in the south of the Grand Duchy and a major player in the future of this territory, is supporting the Luxembourg cultural sector through its partnership with Esch2022 as part of its CSR strategy, which aims in particular to enhance the cultural heritage and artistic expression of Luxembourg.

The steel industry will be honoured in Esch2022 events, in particular the installations presented at the Massenoire, and also in the various artistic creations to which ArcelorMittal has directly or indirectly given its support: by welcoming, for example, the choreographer Cécilia Bengoléa on the Belval site, by supporting the production of the documentary, 'A colônia Luxemburguesa', which evokes a part of the history of the Brazilian steel industry that is intimately linked to that of Luxembourg's, or by responding to the requests of visual artists wanting to work with steel, which, we hope, thanks to these artists, will bring this passion to life in the hearts of visitors to Esch2022. By supporting the European Capital of

Culture, ArcelorMittal contributes to this year of cultural and artistic events. In return, Esch2022 offers the company an opportunity to bring to light a long-standing but often overlooked commitment to local culture.

The Schlassgoart Gallery, supported by ArcelorMittal and managed in partnership with the city of Esch, has been offering Luxembourg artists an exhibition space for more than 20 years. The hosting of events on the perimeter of the sites in Esch as part of the Night of Culture is another illustration of their commitment, and ArcelorMittal's industrial sites regularly welcome numerous artists. —



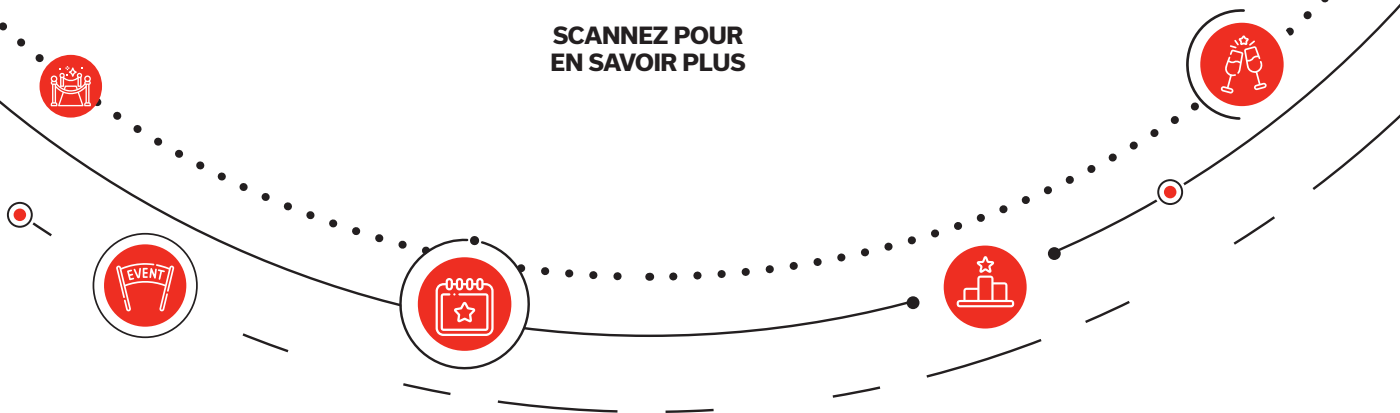
Connus pour nos médias. Mais reconnus bien au-delà.

**Project Management, graphic design, traductions multilingues,
dashboards sur-mesure, rédaction de contenus,
production de vidéos et de podcasts...**

Regie.lu, c'est une large palette de compétences intégrées
à votre service pour répondre à tous vos besoins.



**SCANNEZ POUR
EN SAVOIR PLUS**



regie.lu



Besix Red/AG Real Estate Icône office building acquisition completed

Besix Red Luxembourg and AG Real Estate have finalised the signature of the contract for the acquisition by AG Insurance of 100% of the shares of the company B-9, owner of the Icône building in Belval, Luxembourg, formalising agreements reached at the end of 2021.

This emblematic and sustainable office project is already fully occupied, even before delivery, by Société Générale Luxembourg. A 15-year lease was signed in April 2021 and the financial services group will take possession of their new workspace upon delivery in January 2023.

AC Biode New technology for the circular economy

AC Biode is a startup using new technologies for the circular economy. Their latest innovation is the CircuLite product made of ash from industrial processes or energy generation that is typically recycled into low-value materials for asphalt or soil improvement, or simply discarded into landfills. AC Biode has developed a circular, cheaper and more environmentally friendly solution to upcycle the ash, on-site, where it is produced. AC Biode worked with Sion Corp to develop the technologies that upcycle ash into multi-functional chemical composites that are required in industry for Covid-19 masks, filters, beauty products, soil improvements, water treatment, paint, and more.

CircuLite has applications like activated carbon or natural zeolite, but is five times cheaper to produce and can absorb more harmful substances due to an ion-exchange structure. It is the first in the world to do so.

More info: www.acbiode.com

— IMMOBEL —

Eco-friendly neighbourhood takes shape in Mamer

Immobel has announced a new eco-friendly residential neighbourhood in Mamer built around a one hundred-year-old tree and ideally situated in an urban environment close to nature.

The new project in Mamer has been named Liewen and is located in a booming town that has every amenity. Liewen covers nearly three hectares and comprises 79 new, high-quality homes. The 43 apartments, from first floor to third floor, from ground floor to penthouse, will be split over four compact residential buildings with all of the ground floor units boasting terraces and private gardens. On the upper floors, each apartment will have a generous outside space, as well as the 36 family houses. Work is due to begin in mid-2022 and will be completed in early 2025.

The neighbourhood strikes a balance between buildings and green spaces thanks to the care given to the landscaping. Tree-lined lanes and a plant screen overlooking the retention basins will conserve a high-quality biotope as well as private gardens and shared vegetable gardens.

The buildings are designed to be sustainable and environmentally friendly, notably due to the use of recycled brick and timber frames for the houses. Liewen is also one of the first neighbourhoods in Luxembourg to replace fossil fuels. All of the energy will be produced using heat pumps, making a positive environmental impact. To protect the site and encourage soft mobility, the roads have been designed as shared spaces. The central lane connecting the two squares will be exclusively for pedestrians and cyclists. —

More info: www.liewen-mamer.lu



— LUXAIR/GERMAN AIRWAYS —

Airlines collaborate to meet summer travel boom

Luxair, Luxembourg's national carrier, and German Airways, the second-oldest German airline, will be collaborating in the near future to meet the foreseen resumption of leisure travel and high demand expected for the summer 2022 season when Luxair foresees needing additional capacity on longer routes and so will use one Embraer 190 from German Airways on its European route network.

From mid-May, German Airways' Embraer 190 will complete Luxair's current fleet, composed of eight Boeing 737 and eleven De Havilland DHC-8-400 aircraft. With a capacity of 100 seats, the aircraft will allow the airline to be more flexible and to support the strong desire of its passengers to travel.

Booking trends having been at high levels for a few weeks already, the desire of customers to escape is proven to be constant and present. The current easing of restrictions linked to Covid-19 in many countries also allows customers to plan ahead and bookings for the summer are increasing. All signs that prove the need for Luxair to increase its capacity. This Embraer 190 will allow Luxair to free capacity on the Boeing 737 and deploy further offers to holiday destinations in high demand, in order to cope with the market's demands.

German Airways operates a fleet of five modern and economical Embraer 190, which the company leases to other airlines under wet leases, including crews, and has announced that it will expand its fleet by four more Embraer 190 in the coming months. —



E-INVOICING (SOON) MANDATORY



ARE YOU READY?

AS OF 18 MAY 2022 AND BEFORE 18 MARCH 2023,
ALL LUXEMBOURG BASED COMPANIES WILL HAVE TO
HAVE ADOPTED PAPERLESS INVOICING
FOR BUSINESS TO GOVERNMENT (B2G) OPERATIONS.
ANTICIPATE THE TRANSITION TO BUSINESS-TO-BUSINESS (B2B)
AND BUSINESS-TO-CONSUMER (B2C) ELECTRONIC INVOICING.



House of Entrepreneurship

T.: (+352) 42 39 39 840 - digital@houseofentrepreneurship.lu - www.houseofentrepreneurship.lu

Electronic invoicing boosts your company's performance

- **Efficient** - no coding errors, no intermediaries
- **Fast** - reduction of administrative tasks
- **Cost effective** - 60% reduction in overall invoice cost
- **Sustainable** - no paper, no transportation
- **Cash flow under control** - secure and traceable in real time

We will accompany you in the implementation of electronic invoicing within your company.



HOUSE OF
ENTREPRENEURSHIP
powered by the Luxembourg Chamber of Commerce



BGL BNP Paribas Reducing paper consumption for charity

In an effort to ensure its activities have a positive impact at every level, in January 2021, BGL BNP Paribas challenged all of its employees to reduce their paper consumption compared to 2020. The teams showed genuine enthusiasm and commitment to the initiative, reducing their overall paper use by 25% compared to 2020. The team that achieved the biggest reduction in paper use could name a charity of its choice to receive a donation of EUR 10,000 from the bank. The Wonschstär Foundation was selected and received EUR 10,000 to help finance an exoskeleton for a rehabilitation centre. This exoskeleton will enable people with chronic neurological disorders such as spinal cord injuries to learn to walk again.

PwC New platform for managed services

PwC has announced that it is using the Diligend platform to enhance different service offerings for its clients. This investment is a further demonstration of how managed services are a key focus in 2022 and beyond for the company and forms part of its long-term growth strategy.

The agreement between Diligend as a third-party and PwC allows PwC teams to use Diligend to collect data in a structured, seamless manner with ease of reporting for the purposes of supporting clients with their due diligence, ongoing monitoring and oversight needs. Keeping up with the changing regulatory environment and complex operational models are driving the need for industry specific monitoring and oversight tools that meet exacting security and compliance standards.

— SATURNE TECHNOLOGY —

Laser technology secures capital

Saturne Technology, a major European player for laser fusion metal additive manufacturing (SLM) for leading industrial companies has secured a capital increase of EUR 3.7 million.

Saturne Technology, a Luxembourg SME that was founded in 2001 by current Director, Walter Grzymlas, supplies companies like Goodyear, Stryker, Safran group, Rotarex, and Alstom Transport, has secured the capital from Akiles, Eurefi, Innovation Fund and the European Fund for Materials (Demeter) that already joined the venture in 2016.

This operation is in addition to the EUR 2.7 million worth of grants awarded to Saturne Technology by the Grand-Duché of Luxembourg to support their significant investment in state-of-the-art technology, in addition to the support of local banking partners such as the SNCI. The Luxembourg based company operates on an international level and has developed sophisticated know-how in laser techniques for cutting, drilling, welding and laser cladding. It has gained a specialised focus on laser metal additive manufacturing by securing several production partnerships. Saturne Technology operates in several market sectors, including cutting edge industry, aeronautics, aerospace, the transport industry and the medical sector. Over the last ten years, the company has gained reputed know-how and made great progress on the market of laser metal additive manufacturing. —

— FARVEST/LHOFT —

Non-fungible tokens for art at ICT Spring

In the framework of the upcoming global tech conference in Luxembourg, ICT Spring, Farvest is joining forces with the Luxembourg based artist Sumo, the metaverse pioneer in the Grand Duchy Mathias Keune, and LHOFT, Luxembourg's dedicated Fintech centre, to offer participants a unique dive into the world of NFT.

A non-fungible token (NFT) is a non-interchangeable unit of data stored on a blockchain, a form of digital ledger, that can be sold and traded. Types of NFT data units may be associated with digital files such as photos, videos, and audio. Because each token is uniquely identifiable, NFTs differ from blockchain cryptocurrencies, such as Bitcoin. NFT ledgers provide a public certificate of authenticity or proof of ownership. NFTs can be summarised as a digital title deed that attests to the uniqueness of your property. Like cryptocurrencies, NFTs are stored in digital wallets.

NFTs can be anything digital (drawings, music, etc.), but the current excitement is around using the tech to sell digital art. NFTs are designed to give ownership of the work. To put it in terms of physical art collecting: anyone can buy a Monet print. But only one person can own the original. Buying an NFT also usually gets you some basic usage rights, like being able to post the image online or set it as your profile picture. The unique and non-duplicable nature of NFTs makes these cryptographic assets more valuable. —

— BLOCHOME —

Real estate platform hits million euro investment mark

BlocHome is proud to announce that 200 subscribers to BlocHome have committed to the 1st million euro investment in its pilot building, Project Clapton.



BlocHome is one of the first residential real estate tokenisation platforms in the world, created and based in Luxembourg. A new, fast, simplified and highly secure way for anyone to access the real estate market.

We enable everyone to access property ownership starting with just EUR 1,000, and to invest gradually at their own pace. Our users can buy and sell their stake in our growing real estate portfolio in just a few clicks and so benefit as an owner of both monthly rental income and property appreciation.

Our long-term vision is to create a global real estate community where members will be able to adjust their property ownership and usage according to their personal needs. Our founding team is composed of both real estate veterans and tech-savvy entrepreneurs that provide us with an ideal complementary blend of skills. —

lalux⁺
ASSURANCES

DON'T WORRY
be happy



Luxair

60 years in the air!

1961, the year of the effective birth of Luxair, as we know it today, followed in 1962 with the operation of the first flight of the national airline of the Grand Duchy and coincided with the inauguration of the Luxembourg - Paris line served by Fokker F27. This followed the reorganisation of the 'Luxembourg Airlines Company', incorporated in 1948. On 31 March 1962, the inaugural flight of the Luxembourg airline linked Luxembourg to Paris Le Bourget airport. That same year, in addition to Paris, Luxair added two more destinations to its network, Amsterdam and Frankfurt, and enabled around 9,000 passengers to fly from Luxembourg.

Today, Luxair celebrates the 60th anniversary of this first flight and since then, the company has continued to develop.

In 2022, Luxair is proud to increase the number of destinations served, for the first time in its history, to 88, 3 more than in 2021 and 21 more than in 2019. To meet the requirements of increasingly strong demand, Luxair, which operated its first flights with Fokker F27, now counts in its fleet four Boeing 737-800, four Boeing 737-700, eleven De Havilland Q400 and one Embraer 190, which will complete its fleet from mid-May under wet lease, to meet the high demand expected in the coming months.

To commemorate this emblematic date for Luxair, a whole series of special actions will be unveiled in the coming months.

— FOYER —

Digital accessibility for all

Foyer has launched upgraded accessibility of 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 and make the information on websites and applications accessible to everyone, regardless of their physical or intellectual abilities. The goal of the approach is simple: to make the services accessible, robust, coherent, and easy to use for a maximum number of people. Where public sector organisations are already constrained by a legal obligation to comply, 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 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, as a socially responsible company, Foyer wants to go one step further in this transformation. The Group's Executive Committee has thus approved the project to better support the digital accessibility of the public website, the customer connected space, as well as the MyFoyer mobile application. —

— ZORTIFY —

Funding for Natural Language Processing (NLP) technology

Zortify, the Luxembourg startup specialised in innovative and promising Deep Tech closed its seed round of funding in March 2022, resulting in a total of EUR 3.05 million.



— GP BULLHOUND —

Tech advisory and investment firm comes to town

GP Bullhound, the global technology advisory and investment firm, has announced the opening of its Luxembourg office after the local regulator greenlit its Alternative Investment Fund Managers (AIFM) licence application. The company is now included on the CSSF's alternative investment fund manager (AIFM) list.

The Luxembourg office will ensure post-Brexit continuity and compliance for GP Bullhound's advisory and investment activities and allow close collaboration with local entrepreneurs and investors to further strengthen the local ecosystem.

Founded in 1999, with a team of more than 180 employees spread across three continents, the firm adds to existing offices in London, San Francisco, New York, Berlin, Paris, Stockholm, Madrid, Hong Kong, Manchester and Marbella. In parallel to the Luxembourg launch, the company is opening a new office in Zurich.

The company sought the CSSF licence so it can now manage its own funds and be in complete control of the entire investment process – from distribution to final exits. Among the company's most notable exits are Spotify, Slack, Unity, Busuu, while the current portfolio comprises, among others, Revolut, Klarna, Vivino, Glovo, Discord and DuckDuckGo.

'Luxembourg and Zurich have become key financial and tech hubs, and these new offices fit our firm's global development strategy', said Per Roman, Co-Founder and Managing Partner of GP Bullhound. —

Founded in September 2018, this new investment confirms the potential of Zortify to act as a leader in Natural Language Processing for Decision Making and accelerates the sales of its AI-based solutions. The capital increase will primarily support further development in the forward-looking combination of Natural Language Processing technology and computational visualisation.

Zortify products are based on the latest applied research and practical expertise in Data & Computer Science, Natural Language Processing (NLP), Visual Computing, Psychology and People Analytics to push decision making to the next level. Zortify develops technology with the goal of gaining data insights and making them accessible, understandable and usable for better decision making. —



Claire
auxiliaire de vie
depuis 17 ans



**L'apprentissage,
pour avancer
ensemble !**

Hugo

bientôt apprenti
chez Claire



Une initiative de

CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

L'apprentissage dans le commerce, les services, l'Horeca ou l'industrie offre des perspectives d'avenir aux jeunes talents, tout en renforçant la compétitivité des entreprises formatrices.
Apprentis bien formés = futurs collaborateurs qualifiés.

www.winwin.lu

Suis-nous [f](#) [@](#) [in](#)

Institutional News



Laurent Lucius

Business Manager, House of Entrepreneurship

«La facturation électronique, au-delà du cadre réglementaire, peut être un levier important de transformation et de rentabilité.»

Qu'entendez-vous sur le terrain actuellement concernant la facturation électronique ?

En début d'année, très peu d'entreprises étaient informées sur la loi qui rend obligatoire la facturation électronique pour les marchés publics dès 2022. Et celles qui en ont entendu parler ne savent pas trop par où commencer. Les questions les plus fréquentes sont : *Quels sont les avantages de la facturation électronique ? Comment l'utiliser ? Quel est le format à respecter ? Est-ce une solution chère pour mon entreprise ? Quels sont les prestataires au Luxembourg ?* C'est sur cela que nous devons les accompagner.

Quels sont les plus grands challenges auxquels les entreprises vont être confrontées ?

Le changement ! Le plus souvent, les dirigeants consultent notre cellule d'accompagnement à la digitalisation pour des questions de marketing et moins pour la partie organisationnelle. Or, la digitalisation peut représenter un atout considérable pour une entreprise en matière de productivité ou d'avantage concurrentiel. Le digital, ce n'est pas que de la présence en ligne ! La facturation électronique, au-delà du cadre réglementaire, peut être un levier important de transformation et de rentabilité, que ce soit pour le B2G, le B2B ou le B2C !

Quels accompagnements sont prévus de la part de la Chambre de Commerce pour les soutenir dans cette démarche ?

Divers accompagnements sont prévus tout au long de l'année 2022 et nous proposerons de nouveaux services en fonction de nos échanges avec les entreprises et les experts du domaine pour répondre au mieux aux besoins du marché. Nous organiserons régulièrement des workshops gratuits sur le sujet. Par ailleurs, nous recherchons des experts dans le domaine afin de proposer un accompagnement pour implémenter cette solution en entreprise.

— FACTURATION ÉLECTRONIQUE —

Soutien renforcé aux entreprises

Le 15 mars 2022, Lex Delles, ministre des Classes moyennes, et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, ont abordé le sujet de la facturation électronique (e-invoicing) dans le cadre de l'événement *E-Invoicing: à la rencontre d'experts du terrain*, qui a rassemblé de nombreux participants dans les locaux de la Chambre de Commerce.

Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, a souligné que «*les PME qui intègrent des technologies numériques dans leur stratégie peuvent connaître une croissance jusqu'à trois fois plus importante que celles qui ne le font pas.*» Dans ce contexte, le recours généralisé à la facturation électronique pourra permettre aux entreprises de réaliser des économies significatives et de gagner en efficacité (rapidité de traitement, réduction des coûts, meilleure traçabilité, diminution des litiges...). Une loi du 13 décembre 2021 rend l'utilisation de la facture électronique progressivement obligatoire selon la taille des entreprises et au plus tard le 18 mars 2023 pour les plus petites.

Afin de faciliter la mise en place de la facturation électronique par les entreprises, la House of Entrepreneurship offre un conseil spécifique pour aider les entrepreneurs et orienter ceux-ci dans l'implémentation de leur outil et la House of Training propose des formations spécifiques.

De son côté, la Direction générale des classes moyennes en collaboration avec Luxinnovation et la House of Entrepreneurship, a élaboré un *Fit 4 Digital Package* incluant l'e-invoicing, s'adressant aux petites et moyennes entreprises (1 à 50 salariés) aussi bien pour le marché public (B2G) que pour le marché privé (B2B). Le contenu du package suit une approche personnalisée qui s'adapte à la situation individuelle de chacune (taille et niveau d'équipement en matière d'ERP). Dans tous les cas, les entreprises pourront bénéficier d'un accompagnement de la House of Entrepreneurship pour l'accomplissement de cette démarche. —



■ Plus d'informations :
<https://www.cc.lu/dossiers-thematiques/e-invoicing> ou digital@houseofentrepreneurship.lu



— BUSINESS PARTNERSHIP FACILITY —

Lancement de l'édition 2022

Le 20 avril 2022, le ministre de la Coopération et de l'Action humanitaire, Franz Fayot, et la directrice des Affaires internationales à la Chambre de Commerce, Cindy Tereba, ont présenté l'édition 2022 de la *Business Partnership Facility* (BPF).

Le ministre Fayot a souligné le rôle de catalyseur que le secteur privé joue dans la mise en œuvre de la stratégie de Coopération du Luxembourg, surtout au niveau des ressources et des innovations qu'il peut apporter pour favoriser un développement économique inclusif et durable. La BPF, cofinancement sous forme de subvention, soutient des partenariats entre entreprises luxembourgeoises ou européennes et acteurs issus de pays en voie de développement, qu'ils soient entreprises, administrations publiques ou organisations de la société civile, afin qu'ils puissent mettre en place, ensemble, des projets commerciaux durables et innovants. Les projets soutenus par BPF contribuent à l'atteinte d'objectifs de développement durable à travers une croissance verte et inclusive, la création d'emplois ou encore le transfert de technologies. Les porteurs de projet sont tenus de démontrer leur engagement pour la sauvegarde des droits sociaux et environnementaux. L'édition 2022 introduit quelques nouveautés. La BPF évolue vers un appel à projets en deux temps, en mai et en octobre. Tout projet pouvant contribuer à l'atteinte de l'un des 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU est désormais éligible. Enfin, un accompagnement amélioré est proposé par Lux-Development, l'agence luxembourgeoise pour la Coopération au développement, pour favoriser la constitution de partenariats grâce à une plateforme digitale de *matchmaking*. Les cofinancements du programme BPF peuvent atteindre jusqu'à 50% du budget total d'un projet avec un maximum de 200.000 euros. Depuis son lancement en 2016, la BPF a soutenu 34 projets, majoritairement en Afrique. —

■ Plus d'informations et candidatures : <https://bpf.lu/>



— MISSION ÉCONOMIQUE AU CANADA —

Les entreprises invitées à s'inscrire

Une mission économique officielle, organisée par la Chambre de Commerce et le ministère de l'Économie se rendra au Canada du 19 au 24 juin 2022.



Présidée par S.A.R. le Grand-Duc Héréditaire, la mission sera axée sur la cybersécurité, l'espace, les *cleantech*, les *healthtech* et les *fintech*. Elle fera étape à Montréal et à Toronto où se tiendra en parallèle le salon Collision (21-23 juin), l'un des plus grands événements d'Amérique du Nord consacrés aux startups. Le Luxembourg y sera présent avec un pavillon national organisé par le ministère de l'Économie, *StartupLuxembourg.com* et *Luxinnovation*. La Chambre de Commerce offrira les billets d'entrée aux membres de la délégation d'affaires participant à la mission. Le programme prévoit en outre un séminaire économique, un événement spécifique dédié aux startups, des visites d'entreprises et des rencontres professionnelles et de networking. —

— BUSINESS MENTORING LUXEMBOURG —

Evolution et nouveau site internet

Depuis deux ans, Business Mentoring Luxembourg Asbl a entrepris une transformation qui se concrétise cette année avec le lancement d'un nouveau site internet www.businessmentoring.lu/fr/.

Plusieurs semaines de développement ont été nécessaires pour concevoir le nouveau site. Celui-ci a été pensé pour les entrepreneurs, pour les mentorés et les mentors de l'association, mais aussi pour les futurs partenaires. Il a donc pour vocation d'être l'outil central de communication de l'association. Il présente d'abord l'association, sa mission et ses mentors. Ces derniers sont sa force vive. Ils sont mis en avant grâce à un profil personnel. Le site est dédié aux nouveaux chefs d'entreprise qui trouveront des réponses dans un contenu de qualité pour les aider dans leur quotidien ou dépasser une problématique passagère. Il permet de déposer de façon simplifiée une candidature au programme de mentorat. Le site informe également les futurs partenaires, la Chambre de Commerce du Luxembourg étant leur soutien historique. La mission de l'association est l'accompagnement des entrepreneurs quel que soit leur secteur d'activité. Cette mission est centrale dans une période où les crises de toutes sortes s'enchaînent. Elles complexifient le travail des nouveaux

dirigeants non encore aguerris. Business Mentoring Luxembourg propose l'expérience et les expertises de plusieurs mentors ayant démontré tout au long de leur carrière leur capacité à faire face aux défis de la vie d'une entreprise, dans des domaines très diversifiés, au Luxembourg et ailleurs. Quatre objectifs principaux sont au centre de l'aide proposée : faciliter le démarrage des projets et/ou entreprises et sécuriser leur croissance ; briser l'isolement assez fréquent du porteur de projet ou futur dirigeant d'entreprise ; accroître les compétences managériales et favoriser le processus de prise de décision ; et enfin, fournir un regard extérieur sur la stratégie envisagée et les moyens de la déployer. Cette année 2022 marquera donc une étape essentielle dans l'accélération du développement de l'association avec pour objectif d'être au cœur de la vie des jeunes entrepreneurs luxembourgeois et de les épauler dans l'aventure extraordinaire qu'est la création et le développement d'une entreprise. —



Film Fund L'animation au sommet

Le 25 février 2022, le long-métrage *Le Sommet des Dieux* du réalisateur Patrick Imbert, coproduit au Luxembourg par la société Mélusine Productions, a remporté le César du meilleur film d'animation lors de la 47^e cérémonie des César à Paris. Le film est adapté de la bande dessinée manga du même nom, inspirée d'une histoire vraie. Chaque plan de l'œuvre animée a été pensé et peaufiné pour un rendu sobre, épuré, réaliste et conforme à la tradition artistique de l'animation japonaise. Au Luxembourg, *Le Sommet des Dieux* a mobilisé le travail de 45 personnes pendant plus de 18 mois, sous la houlette de l'équipe du Studio 352. Après *Ernest et Célestine* en 2013, c'est le 2^e César décroché par la société luxembourgeoise Mélusine Productions et le 3^e pour le Grand-Duché de Luxembourg après celui remporté par le film *Deux* en 2021.

Fondation de Luxembourg 100^e fondation abritée

La Fondation de Luxembourg a atteint une étape déterminante de son histoire en abritant sa 100^e fondation. Cette dernière a pour objet de promouvoir l'égalité des chances des enfants, adolescents et jeunes adultes. Elle rejoint le large éventail des fondations abritées sous l'égide de la Fondation de Luxembourg, actives dans divers secteurs, dans le monde entier. Ceci témoigne de l'intérêt croissant pour un engagement philanthropique structuré. Tous les projets soutenus par les différentes fondations sont sélectionnés en accord avec leurs fondateurs, dont près de la moitié sont des résidents étrangers.

— FONDATION HËLLEF FIR D'NATUR —

40^e anniversaire

Pendant une année, du 23 mars 2022 au 21 mars 2023, la Fondation Hëllef fir d'Natur de natur&ëmwelt organisera de nombreux événements pour fêter son 40^e anniversaire.

La fondation Hëllef fir d'Natur, établissement d'utilité publique, a été créée le 14 décembre 1982 avec pour objectif la préservation de la biodiversité au Luxembourg en acquérant des terrains à haute valeur écologique. Elle obtient le Haut patronage de S.A.R. le Grand-duc en 2008. Aujourd'hui, elle est propriétaire de plus de 1.650 ha de réserves naturelles (vergers, mares, prés humides, friches, forêts, pelouses sèches...) gérés par 23 experts (biologistes, ingénieurs forestier, géographes). Pour son anniversaire, la fondation met en lumière 40 réserves prioritaires à haute valeur écologique à travers le tout nouveau topoguide *40 années – 40 réserves – 40 sentiers*, lancé le 25 avril dernier. Pour accompagner ce guide et pour valoriser ces réserves naturelles, 40 vidéos/reportages seront diffusées tout au long de l'année. —



— VILLE DE LUXEMBOURG —

Une brassée de pop-up stores

Le 22 mars 2022, quatre nouveaux pop-up stores ont été inaugurés en centre-ville de Luxembourg, portant à 8 le nombre de magasins éphémères gérés par la ville.



— MOBILITÉ —

60^e station Flex

En collaboration avec le Fonds Kirchberg, Flex Carsharing étend son réseau avec trois nouveaux sites pour atteindre ainsi un total de 60 stations et 110 voitures réparties à travers le Luxembourg.

Une nouvelle station d'autopartage a été inaugurée au Kirchberg le 17 mars 2022, dans le quartier du Grünwald. Le service d'autopartage qui a démarré en 2018 avec 20 stations, exploite désormais, avec trois nouvelles stations sur le plateau du Kirchberg, un total de 60 sites à travers tout le pays. «*Rien qu'en 2021, Flex Carsharing a enregistré une augmentation de plus de 50% de ses clients et une hausse de 60% des réservations. En 2021, nos clients ont parcouru plus d'un million de kilomètres avec nos véhicules*» a déclaré Jürgen Berg, directeur général de CFL Mobility et exploitant de Flex lors de l'inauguration. Dans les quartiers résidentiels existants et futurs, les citoyens se voient ainsi proposer une alternative flexible et économique à la voiture individuelle. —



My Little Corner (19-25, rue des Capucins) propose en exclusivité de petites marques de créateurs français en vêtements, accessoires et bijoux, vendus en nombre limité. *Romantico Romantico* (26, rue des Capucins) est une marque de bijoux *made in Luxembourg* créée par une jeune entrepreneuse passionnée de mode. *Léztznix* (43, Grand-Rue) propose des équipements innovants pour la maison qui visent à faciliter le quotidien des utilisateurs. Enfin, *nana'selections* (40, Grand-Rue) est une collection de coups de cœurs de type petits meubles, papeterie, sacs, savons... Grâce à son projet de «pop-up stores», la Ville de Luxembourg promeut l'entrepreneuriat et contribue à la création d'une offre commerciale diversifiée en ville tout en permettant aux créateurs, commerçants ou startups de tester leurs produits, services ou concepts et d'être au contact direct de leurs clients. —

**POUR FORMER
MES EMPLOYÉS,
JE M'INFORME
EN UN CLIN D'ŒIL!**

**+ 10 000
formations**
pour renforcer les talents

LIFELONG-LEARNING.LU



Développez les compétences de vos collaborateurs pour accroître la performance de votre entreprise. Avec ses 10 000 formations et ses informations utiles, **lifelong-learning.lu** vous accompagne vers le succès de votre projet.





Microlux / CNCI

Unis pour mieux aider

La Société Nationale de Crédits et d'Investissement (SNCI) et l'institution de microfinance Microlux ont récemment signé une convention de partenariat en vue de renforcer leur collaboration. La SNCI apportera un soutien financier annuel à Microlux contribuant ainsi au renforcement des capacités à accompagner les entrepreneurs et à promouvoir l'esprit d'entreprise. Les deux entités s'accordent également à collaborer, dans le cadre de leurs missions respectives, au co-financement de projets de création et/ou de développement de PME luxembourgeoises. Patrick Nickels, président de la SNCI, se réjouit de cette collaboration élargie : « Je suis ravi de signer ce partenariat avec Microlux, une institution qui exerce une mission tout à fait complémentaire à la nôtre ».

Digitalisation Participez à la simplification administrative !

Le ministère de la Digitalisation a lancé une plateforme de simplification administrative participative par laquelle il entend s'appuyer sur l'expérience des citoyens et des entreprises pour proposer des services publics adaptés à leurs besoins. La plateforme place l'expérience utilisateur au centre de tout le processus. Chaque citoyen ou entreprise intéressé peut y déposer des idées ou suivre les projets déjà proposés et y ajouter ses propres idées ou propositions de simplification, participer à des sondages, voter pour des propositions, prioriser des initiatives ou bien s'inscrire à des ateliers participatifs digitaux ou en présentiel...

■ Plus d'informations :
www.zesumme-vereinfachen.lu

— JONK ENTREPRENEUREN LUXEMBOURG —

21^e Innovation Camp

Le mercredi 9 mars 2022, pour le 21^e Innovation Camp organisé par Jonk Entrepreneuren Luxembourg, 60 jeunes, de 16 à 19 ans et provenant de 12 lycées, ont répondu au Business Challenge proposé par la chaîne de supermarchés Cactus.



L'*Innovation Camp* rassemble des jeunes répartis en équipes mixtes de 4 à 6 élèves. Pendant toute une journée, ceux-ci cherchent des solutions innovantes pour répondre à un *Business Challenge* réel, proposé cette année par l'enseigne Cactus. Exactement 10 ans après son dernier *Innovation Camp*, celle-ci a demandé aux élèves de réfléchir à sa stratégie de communication pour le futur consommateur alimentaire. Plusieurs conseillers de l'enseigne étaient présents pour guider les jeunes et partager leurs savoir et expérience avec eux. À la fin de la journée, chacune des 12 équipes a présenté son projet au public présent et tenté de convaincre les membres du jury. Au vu de la grande qualité des projets présentés par les jeunes, la sélection des équipes gagnantes s'est avérée délicate. Le premier prix a été remis à l'équipe Yuppi Club, qui a imaginé de centraliser la communication dans l'application Cactus en augmentant ses avantages et a également proposé la création d'un Yuppi Club pour les enfants. Le deuxième prix a été attribué à l'équipe Metateam (photo), dont l'idée futuriste se place dans le Metaverse où le client, à l'aide de l'Intelligence artificielle, de la Réalité augmentée, et d'un token Cactus, peut visiter le magasin et visualiser les publicités et promotions. Enfin, le troisième prix a été remis à l'équipe Melius, qui a voulu mettre en avant une communauté à l'image de Cactus, animée sur une plateforme où les clients ont accès à des promotions spéciales et des recettes exclusives et où ils peuvent poser leurs questions à l'enseigne. —

— FONDS KIRCHBERG —

Quartier innovant

Le 2 mars 2022, l'équipe lauréate de la consultation rémunérée pour l'urbanisation des terrains du Kuebebiert a présenté son projet. Les 33 hectares concernés, propriété du Fonds Kirchberg, pourront accueillir quelque 7.000 habitants d'ici 15 ans.

L'équipe, réunie autour de l'architecte-urbaniste Mathis Güller, s'est donné pour défi d'imaginer un quartier combinant ville et nature. Ainsi, les 7.000 habitants du futur quartier auront tous une vue sur les arbres depuis leur appartement. « Selon l'étage, ils habiteront soit dans la canopée soit au-dessus », précise Mathis Güller.

À l'entrée du quartier en venant du Kiem, la « Porte Frieden » constituera une liaison avec les quartiers voisins. On y trouvera des commerces, des restaurants et des services. Sur l'avenue du tram, généreuse et largement plantée, se trouveront le nouveau Lycée Michel Lucius, l'École nationale pour adultes (ENAD) et un centre intégré pour personnes âgées (CIPA). Des activités artisanales pourront s'installer aux rez-de-chaussée des bâtiments. En suivant cette avenue, le tram passera par la « Place Kuebebiert », cœur battant du futur

quartier. De même taille que la place Guillaume II au centre-ville, elle accueillera une grande diversité de boutiques, restaurants et cafés ainsi que des événements et festivités.

Deuxième axe structurant, le parc linéaire, nommé « ligne de vie », constituera un espace où les enfants pourront jouer et les riverains se rencontrer. Enfin, la pointe du plateau accueillera une plaine récréative pour la pratique sportive libre et une piscine naturelle. Les parcelles et vergers d'une ferme urbaine compléteront cette grande aire. « Le Kuebebiert sera un quartier structuré par la présence des piétons. La voiture ne dessine plus la ville », poursuit Mathis Güller. Le projet prévoit six parkings mutualisés et majoritairement découplés des logements, situés le long de l'avenue où le tram circulera. —



Ne mélangez pas les affaires et la famille

Banqup, le moyen le plus astucieux :

- > de gérer l'ensemble de votre administration,
- > de créer, d'envoyer et bientôt de payer vos factures,
- > de suivre le flux des factures entrantes et sortantes.



banqup
www.banqup.lu



Créez
votre
compte

— SANTÉ —

Un campus dédié

Lors d'une visite de travail en Bavière, au cœur de l'écosystème allemand de la santé digitale, le ministre de l'Économie,

Franz Fayot, a annoncé la création à Esch-sur-Alzette d'un campus dédié aux technologies de la santé.

Implanté sur le site de la ZARE A Sommet sur une surface de près de 2,4 hectares, le campus sera situé entre la House of BioHealth (HoBH), le futur Südspidol du Centre hospitalier Emile Mayrisch (CHEM) et la Cité des sciences de Belval, permettant ainsi un rapprochement géographique entre la recherche, l'innovation et le monde médical.

Dénoté « *Health And Lifescience Innovation Campus* » (en abrégé : HE:AL Campus), ce projet d'infrastructure d'envergure vise à attirer en premier lieu des entreprises actives dans le domaine des dispositifs médicaux, des dispositifs de diagnostic in vitro, et des outils et services de santé digitale. Les activités de R&D, d'innovation, de production, tout comme de conseil ou de services du domaine des technologies de la santé, sont également visées. En répondant aux besoins structurels et en infrastructures

d'entreprises relevant de ces secteurs et souhaitant s'établir au Luxembourg, le site contribuera au développement de piliers technologiques indispensables pour l'implémentation d'une médecine personnalisée, centrée sur l'utilisation des données de santé, grâce à l'intelligence artificielle. Planifié pour démarrer dès 2024, le HE:AL Campus sera « phygital » et alliera le monde physique et le monde digital pour améliorer l'expérience utilisateur de ses différents occupants et acteurs, en favorisant leur mise en réseaux ainsi que leur accès à de nouveaux services au niveau local et international. Le secteur des technologies de la santé est un élément clé de la stratégie de diversification de l'économie nationale. Il mise sur la digitalisation de tous les aspects de la santé et du parcours médical du patient avec comme objectif de soutenir l'émergence de produits et services de santé intelligents. —



— EDUCATION ET EMPLOI —

Les talents de demain se forment aujourd'hui

Le 8 mars 2022, lors de la présentation des résultats de l'édition 2022 de l'étude *Les compétences de demain dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC)* menée par la FEDIL, **Claude Meisch, ministre de l'Éducation, de l'Enfance et de la Jeunesse et Georges Engel, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire ont présenté les initiatives nationales dans ce domaine.**

Dans son intervention, Claude Meisch a évoqué les formations actuelles en TIC à tous les niveaux de l'Éducation nationale. Ainsi, l'initiative *einfach digital – Zukunftskompetenze für stark Kanner* a été lancée en 2020 afin de permettre aux enfants et aux jeunes de mieux comprendre les médias numériques et de les préparer à une société et un monde du travail marqués par la mise en réseau et la digitalisation. La discipline *coding* a été progressivement introduite à l'école fondamentale et la nouvelle discipline *Digital sciences* a été introduite dans l'enseignement secondaire en tant que projet pilote dans 18 lycées. Chaque année, divers

thèmes sont ainsi abordés comme les algorithmes, l'utilisation du *web*, la cybersécurité, le *big data*, les bases de données, la programmation, la robotique, l'intelligence artificielle, etc.

Dans le cadre de la formation professionnelle, de nouvelles formations ont été créées et d'autres sont adaptées au monde digital. Ainsi, la formation de technicien en commerce électronique est proposée depuis septembre 2021. Dans les formations industrielles en mécanique et *Smart Technologies*, une initiation à la production automatique et à l'efficacité énergétique a été mise en place ainsi qu'une initiation à la technologie KNX. La formation

Smart Technologies propose cinq spécialisations différentes (infotronique, énergies renouvelables, robotique et automatisation, *smart energy* et *e-controls*). En septembre 2022 sera lancée la nouvelle formation ET (electrotechnologies) au niveau DAP. Avec le *Digital Learning Hub (DLH)*, qui ouvrira ses portes dans les prochains mois, un nouvel élément sera ajouté à la formation professionnelle continue, pour former des personnes qualifiées dans le domaine de l'informatique. Dans une première étape, quatre entités de formation seront créées : *coding*, *design thinking*, *blockchain* et *cybersecurity*. Les contenus seront axés sur la pratique.

De son côté, Georges Engel a précisé que c'est surtout dans le domaine de l'informatique que les entreprises sont actuellement à la recherche de personnel qualifié. Ces postes représentent plus de 10% du total des postes vacants déclarés auprès de l'ADEM. Le ministre a souligné que la volonté des salariés d'acquérir de nouvelles compétences tout au long de leur carrière professionnelle est essentielle pour faire face aux défis de la digitalisation. Pour le ministre, il est évident qu'avec la digitalisation, des métiers vont disparaître, mais de nouvelles professions vont également changer le monde du travail. —



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**

myguichet.lu

Validation des acquis de l'expérience

La validation des acquis de l'expérience (VAE) est un dispositif qui permet de valoriser son expérience professionnelle et personnelle dans le but d'obtenir une qualification. Chaque année, plus de 350 personnes entament une telle démarche auprès du Service de la formation professionnelle du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse.

En vue de faciliter l'accès à la procédure pour le grand public, la demande de VAE peut désormais être soumise entièrement en ligne par le biais de *MyGuichet.lu*.

Des questionnaires dynamiques, pour l'instant en français seulement, guident l'utilisateur au fil des deux étapes de la démarche : la demande de recevabilité et, ensuite, la demande de validation sur le fond. Les documents et certificats justificatifs requis peuvent être directement téléchargés depuis un smartphone ou une tablette via l'application mobile MyGuichet.lu.

■ Plus d'informations : www.vae.men.lu

Anefore Label européen des langues

Le Label européen des langues est une distinction qui est décernée sur concours à des projets innovants dans l'enseignement et l'apprentissage des langues. Celui-ci est ouvert à tout organisme ayant entrepris récemment un projet linguistique novateur, qui a par exemple permis de rendre l'école plus inclusive, de mieux gérer la diversité au sein d'un établissement ou ayant contribué à supprimer les obstacles linguistiques pour rendre nos régions frontalières plus dynamiques.

Le label est un bon vecteur de valorisation de l'enseignement. Il est en outre doté de 1.000 euros pour acquérir du matériel pédagogique ou des livres.

Les candidatures sont ouvertes jusqu'au 23 décembre 2022.

■ Tous les documents nécessaires (informations sur les priorités européennes et formulaire de candidature) sont disponibles sur le site internet www.anefore.lu.

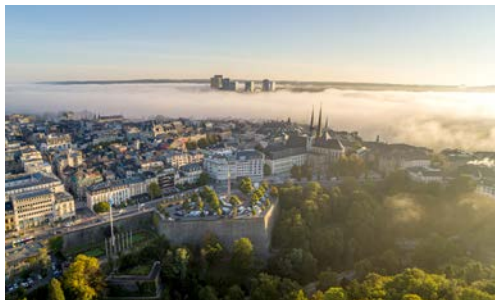
— LCTO —

Luxembourg vue du ciel

Le Luxembourg City Tourist Office (LCTO) a réalisé deux vidéos de drone qui montrent l'ancienne ville-forteresse sous un angle rarement vu.

Luxembourg étant perchée sur un plateau rocheux et entourée de profondes vallées, les différents quartiers de la ville sont reliés par de nombreux ponts, ascenseurs publics et même un funiculaire qui connecte le quartier Pfaffenthal au Kirchberg. Le Pont Adolphe, le Bastion Beck ou encore le Fort Thüngen avec le Plateau de Kirchberg et ses bâtiments modernes en arrière-plan sont quelques-uns des nombreux points de vue que l'on peut découvrir grâce aux vues aériennes spectaculaires. Les deux vidéos révèlent non seulement les plus belles vues panoramiques, mais elles mettent aussi en avant la topographie caractéristique de la capitale ainsi que les solutions de mobilité urbaine mises en place pour surmonter les différences de hauteur. —

■ Les vidéos sont disponibles sur www.luxembourg-city.com



— OAI —

Un air plus sain

Le 7 mars 2022, le ministère de la Santé et l'Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils (OAI) ont présenté la publication « Covid-19 & installations techniques ».

Sur initiative de l'OAI, le ministère de la Santé a chargé un groupe de travail, composé d'acteurs de la santé et du bâtiment, d'élaborer des recommandations en relation avec les systèmes de ventilation pour réduire le risque de propagation des maladies contagieuses à transmission aérienne. Celles-ci se basent notamment sur les constats et découvertes faites dans le contexte de la pandémie liée à la COVID-19.

Le document sera mis à jour en fonction des variants à venir ou d'éventuelles nouvelles pandémies. Au-delà de la crise sanitaire, les mesures proposées soutiennent le besoin essentiel de disposer dans les bâtiments d'un air sain, vital pour tous.

La publication peut être téléchargée dans la Médiathèque du site www.oai.lu et des versions imprimées sont disponibles auprès du secrétariat de l'OAI. —



— ÉVÉNEMENTIEL —

Charte « Antigaspi »

Le ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement rural a élaboré une charte afin d'encourager les organisateurs d'événements dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.



Cette initiative fait suite à une demande grandissante des organisateurs d'événements. Le document est un véritable guide pratique pour les événements lors desquels des denrées alimentaires sont proposées au public. Il contient des mesures et astuces pour réduire le gaspillage alimentaire et ainsi les dépenses budgétaires des événements. Pour pouvoir afficher le logo « Antigaspi » lors de leur événement, les organisateurs doivent signer cette charte avec le ministère et s'engager à respecter au moins sept des mesures évoquées. Cette charte s'inscrit dans la campagne de sensibilisation du ministère « Ensemble contre le gaspillage alimentaire » intitulée « 118 kg d'aliments sont gaspillés par an et par personne : ce sont 118 raisons de changer quelque chose ». —

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

Run for charity

LUXEMBOURG TIMES by Luxemburger Wort
www.luxtimes.lu
businessrun 22



REGISTER NOW!

Finish & Party at d'Coque

5 km Business Run



22 SEPTEMBER 2022 | 7 P.M.

LUXEMBOURG TIMES by Luxemburger Wort





Lycée du Nord BTS commerce cherche stages

Depuis la rentrée scolaire 2021/2022, le Lycée du Nord a enrichi son offre scolaire d'un BTS Commerce en alternance. Il s'agit d'un enseignement supérieur de 2 ans, alternant enseignement théorique à l'école et travail pratique en entreprise, qui vise à former de futurs conseillers commerciaux et assistants de direction qui occuperont un poste à responsabilité au sein d'une entreprise. La semaine des étudiants est partagée entre cours dispensés au Lycée du Nord et apprentissage auprès d'un employeur. Le cursus de 4 semestres permet aux étudiants de développer les compétences utiles à leur future fonction : commerce électronique, marketing, gestion d'entreprise, techniques de vente ou encore ressources humaines.

En misant sur une formation pratique, ce BTS vise à faciliter l'accès direct des étudiants au marché du travail. Ceux-ci touchent une indemnité mensuelle pour le stage effectué auprès de l'employeur. Le BTS Commerce en alternance offre aux entreprises la possibilité d'individualiser la formation de leurs futurs collaborateurs afin que ces derniers puissent parfaitement répondre aux exigences de leur employeur.

Les entreprises intéressées par le recrutement d'un stagiaire ou qui souhaitent obtenir plus d'informations sur la formation, peuvent consulter le site web du Lycée du Nord : www.lnw.lu/index.php/homepage/bts-commerce

— MUTUALITÉ DE CAUTIONNEMENT —

Garantie énergie

La Mutualité de Cautionnement de la Chambre de Commerce a décidé d'étendre ses garanties aux entreprises touchées par l'actuelle situation inflationniste exceptionnelle et la hausse historique des prix de l'énergie, avec le soutien de la cfc et de l'Horesca.

La Mutualité de Cautionnement a pour principal objectif de faciliter l'accès des financements bancaires aux petites et moyennes entreprises luxembourgeoises en compensant le manque de garanties de ces dernières. La nouvelle garantie énergie, couvrant un financement pouvant aller jusqu'à 100.000 euros par dossier sans toutefois dépasser 50% du montant du prêt, est un soutien particulier aux entreprises impactées par la hausse des prix énergétiques. Afin de pouvoir bénéficier de cette garantie liée au contexte économique actuel, les entreprises doivent d'abord introduire une demande auprès de leur banque en faisant référence à la Mutualité de Cautionnement. Toute demande de garantie sera traitée en moins de 48 heures. Le coût de la garantie est réduit de 0,50% à 0,25%. La Mutualité de Cautionnement prend en charge les dossiers tous secteurs confondus. La durée du financement est fixée à 12 mois et est reconductible. Le délai d'introduction de toute demande pour cet instrument exceptionnel est fixé à décembre 2022 et dépend de l'évolution du contexte actuel. —

■ Plus d'informations : cautionnement@houseofentrepreneurship.lu

— INFPC —

Mieux comprendre l'aide de l'État pour la formation

L'État soutient l'effort de formation des entreprises en proposant un cofinancement. L'INFPC organise des formations d'une journée pour faciliter l'accès à ce dispositif.



— ACL —

Cap au Nord !

Pour se rapprocher de ses membres du Nord du pays, l'ACL s'installe dans la Nordstad, à Ingeldorf. Ces nouveaux bureaux offrent presque tous les services auxquels les membres sont habitués à Bertrange.

Le 1^{er} avril 2022, l'ACL a ouvert un deuxième site à Ingeldorf, au cœur de la Nordstad. Situé sur l'axe principal reliant Diekirch à Ettelbrück, adjacent au magasin Asport Cycling, il offre à ses membres un accès facile et de nombreuses possibilités de parking. Grâce à cette nouvelle antenne, il n'est plus nécessaire de se déplacer jusque dans la capitale pour prendre ou déposer une voiture de location de l'ACL Clubmobil. Les collaborateurs de l'ACL accueillent et conseillent les visiteurs dans de vastes locaux, ouvrant sur une boutique de produits sélectionnés et recommandés par le club dont les horaires d'ouverture sont les mêmes que sur le site de Bertrange. Membres et visiteurs peuvent y retrouver tous les services habituels de l'ACL : souscription à une nouvelle carte de membre, vente de vignettes et abonnements Bip&Go, établissement d'itinéraires personnalisés, service de tourisme avec les voyages membres, location de véhicules, etc. Seul l'ACL Diagnostic Center et ses installations techniques sont uniquement disponibles à Bertrange. À noter que l'ACL maintiendra son point de contact au Conservatoire national des véhicules historiques de Diekirch (CNVH) jusqu'à la fin du mois de juin 2022. —

Le cofinancement de la formation peut être sollicité par les entreprises légalement établies au Luxembourg et y exerçant principalement leurs activités. L'accès à l'aide de l'État est soumis à conditions et se fait par le biais d'une demande de cofinancement à envoyer à l'INFPC qui réalise une analyse de conformité aux critères d'éligibilité fixés par la législation.

Pour faciliter l'accès au dispositif, l'INFPC propose la formation *Cofinancement de la formation en entreprise* qui s'adresse à toute personne responsable de la formation professionnelle continue dans l'entreprise. Cette formation d'une journée s'appuie sur les fondements théoriques et traite un cas pratique qui permet de s'approprier la procédure. —

■ Plus d'informations et inscriptions : www.lifelong-learning.lu/cofinancement

Un pays si cosmopolite mérite des médias qui le sont aussi.

Des marques médias pour les communautés
luxembourgeoise, lusophone, anglophone et business.
Nous sommes **la régie la plus variée et la plus cosmopolite.**



SCANNEZ POUR
EN SAVOIR PLUS



regie.lu

— LWA —

Les centres d'affaires se fédèrent

Dans le contexte d'une redéfinition fondamentale des espaces de travail et de leur adaptation aux besoins des salariés et des entrepreneurs, les principaux centres d'affaires luxembourgeois ont annoncé la création de la *Luxembourg Workspace Association* (LWA). Ses objectifs s'articulent autour de plusieurs défis d'un tissu économique en pleine mutation, dans la perspective d'un développement sain du secteur autour des diverses réglementations en vigueur sur la place financière. Comme l'explique Claudine Bettendorfer, présidente de la LWA, « *Le secteur était très favorable à la création d'un organisme représentatif qui permettrait d'établir un canal constructif de communication avec les différents régulateurs impliqués dans nos activités.* » —



— STATEC —

Un portail vers les chiffres du Luxembourg

Le Statec a mis en ligne un nouveau Portail des Statistiques qui centralise et diffuse toutes les données officielles sur le Luxembourg. On y retrouve des publications et des chiffres sur des thèmes tels que la population et l'emploi, les conditions sociales, l'économie et les prix, les entreprises, le territoire, l'environnement et l'énergie. L'objectif est d'offrir une image détaillée, fiable et objective de la société luxembourgeoise. La refonte du Portail s'articule sur plusieurs axes : un design moderne, dynamique et convivial, une arborescence simplifiée, un affichage responsif, des outils visuels (dashboards, simulateurs, vidéos et infographies), une nouvelle base de données statistiques de 1000 tableaux... —



— LDF —

Une fédération pour les drones civils

Le 31 mars 2022, la *Luxembourg Drone Federation* (LDF) s'est constituée au sein de la clc. Cette nouvelle fédération a pour objet la promotion et la défense des intérêts professionnels de ses membres tant sur le plan national que sur le plan international. Elle s'engage, entre autres, à créer un cadre réglementaire propice au développement de ce secteur. Vincent Pedrini, son président, souligne que « *l'utilisation des drones a un potentiel énorme dans de multiples secteurs d'activités et qu'il faut créer les fondements pour permettre à ce secteur de se développer.* » Toutes les entreprises actives dans le drone civil, pour leurs propres besoins ou pour le compte de tiers, sont invitées à rejoindre la LDF. —



— DIGITALISATION —

Un espace dédié à la co-créativité

Le 24 mars 2022, les locaux du GovTech Lab ont été inaugurés au sein du Centre des technologies de l'information de l'État (CTIE). L'aménagement de ce laboratoire suit une philosophie d'ouverture et de partage. Lieu de rencontre et d'échange, il pourra accueillir des entreprises et des startups, des indépendants, des étudiants, des chercheurs et des agents du secteur public désireux de collaborer pour repenser les procédures existantes et les flux opérationnels de l'administration, grâce à des solutions numériques. Le Lab a ainsi pour objectif de rassembler une communauté GovTech au Luxembourg au travers d'événements, journées thématiques, ateliers co-créatifs, hackathons ou encore formations pour les agents de l'État. —



— BCFL —

Un invité d'honneur

Le 31 mars 2022, le Business Club France-Luxembourg (BCFL) a eu le privilège d'accueillir à Paris S.A.R le Grand-Duc Héritier pour une rencontre dédiée avec ses membres et partenaires.



Après l'accueil par Martine Schommer, Ambassadeur du Luxembourg en France, le Président du BCFL, Philippe Schaus, PDG de Moët Hennessy et membre du Comité Exécutif de LVMH, a introduit la rencontre en soulignant l'importance de l'amitié entre la France et le Luxembourg, particulièrement en cette période de crise. Évoquant à son tour les enjeux mondiaux actuels et leur impact déterminant pour l'avenir de l'Europe, Luc Frieden, président de la Chambre de Commerce du Luxembourg et président d'Eurochambres a lui insisté sur la connivence remarquable existant entre les communautés d'affaires des deux pays. Il a ensuite remercié S.A.R.

pour son support aux partenaires économiques et aux entreprises, auxquelles il rend fréquemment visite et qu'il accompagne lors de certaines missions économiques. Saluant le dynamisme et le rôle du BCFL dans la construction quotidienne des liens économiques bilatéraux, S.A.R le Prince Guillaume a partagé sa grande satisfaction d'avoir l'occasion d'échanger avec la centaine d'acteurs conviés, de surcroît dans le contexte tragique de la guerre qui se joue aux portes de l'Europe. Le Grand-Duc Héritier a encouragé les participants à poursuivre sur la voie du dialogue et des partenariats car « *On ne répond pas aux défis contemporains par le repli.* » —

— ESRIC —

Space resources programme aligns technical concepts and market opportunities

The European Space Resources Innovation Centre's (ESRIC) has launched a 'Start-up Support Programme' (SSP) for space resources.

Based in Esch-sur-Alzette in Luxembourg, ESRIC is Europe's leading research and innovation centre in the field of space resources. Launched in partnership with the European Space Agency (ESA), the Luxembourg Space Agency (LSA), the Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST), and Technoport (Luxembourg's main technology incubator), ESRIC's SSP aims to support early-stage start-ups in the space resources sector, to develop their business models, attract their first customers and secure their first investments. Five companies have been selected and the pre-incubation phase began in April. The preincubation phase, which lasts three months, allows the participants to validate technical concepts and align them with market opportunities. They will benefit from in-kind support, both for the technical and commercial aspects of their project. —



— UNI.LU/LUXPROVIDE —

Research and innovation for High-Performance Computing

The University of Luxembourg and LuxProvide, operator of the Luxembourg supercomputer MeluXina, have signed a framework agreement to cooperate on common research and innovation projects, education and training programmes.

This collaboration, which also allows shared access to infrastructure and expertise, is in line with the government's digital strategy and is set to strengthen research and innovation in Luxembourg, enhance its reputation and contribute to the social, cultural and economic development of the country. The framework agreement covers the period up to 2025 and is renewable.

Under the framework agreement, the partners intend to implement joint research and innovation projects to be submitted to national and European funding agencies. The agreement also provides for the partners' joint access to their respective training and education activities. Both partners will grant access to equipment, physical and digital infrastructure, technical knowhow, and expertise. The framework agreement also covers the provision of high-level support team services.

High-Performance Computing (HPC) is the ability to process data and perform complex calculations at high speed. It helps scientists, public institutions and companies to make predictions built on simulations and modelling of complex patterns (pure HPC), to conduct analyses of large amounts of data (high performance data analytics, HPDA), or to develop artificial

intelligence (AI) solutions aimed at solving complex challenges.

'The University's ambitious HPC strategy has empowered our engineers and researchers with unique skills in the fields of high-performance computing, high-performance analytics, and artificial intelligence, said Prof. Pascal Bouvry, in charge of the University High Performance Computing. 'With the MeluXina framework agreement, the University will stimulate a positive societal impact and drive innovation through research, expertise, and education.' —



WIDE

New projects to support innovative services

As part of its growth plans, Women in Digital Empowerment (WIDE) is developing new services dedicated to companies by creating a Societal Entreprise or S.I.S., société d'impact sociétal. Nine years after its creation, the organisation is transforming to offer new innovative services and to better answer the requests it has received over the past years. In early 2022, the Societal Entreprise (S.I.S.) received an agreement from the Ministry of Labour, Employment and the

Social and Solidarity Economy and will measure the impact created with several indicators, such as the number of persons trained and supported, as well as the gender diversity in its activities.

WIDE has also announced a programme of activities and training for 2022, aimed at companies and individuals.

'We want to expand our offering around our areas of expertise for new audiences. For example, our coding courses are in fact already open to all and we want to encourage more men to come to our training on equality', said Marina Andrieu, Managing Director.

■ More info: wide.lu

SnT

Development of quantum communication laboratory

The University of Luxembourg's Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust (SnT), in collaboration with the Department of Media, Connectivity and Digital Policy (SMC) of the Ministry of State, has announced the development of the Luxembourg Quantum Communication Infrastructure Laboratory (LUQ-CIA). The 5-year project is funded by the European Union's Recovery and Resilience Facility in the context of the NextGenerationEU initiative, and will aim to build a national testbed



in 2023 to enable advanced and applied research in quantum key distribution and quantum internet – a vital stage in the next generation of computing and internet usage.

— MULLERTHAL/UNESCO —

New identity and UNESCO approval

The Mullerthal Region has new branding just in time for the approval of the Mullerthal UNESCO Global Geopark.

The Mullerthal Regional Tourist Office has defined new visual needs and integrated them into nation branding with Luxembourg for Tourism. The new regional logo borrows the 'M' from the Mullerthal Trail logo and will be green while the Mullerthal Trail logo will be a lighter red. The name, 'Luxembourg's Little Switzerland', will also be part of the new logo due to its historical significance.

Luxembourg's Mullerthal region has also gained UNESCO approval after a previous rejection as eight new UNESCO Global Geoparks have been designated. Luxembourg and Sweden joined the Global Geoparks Network this year with their first geoparks and the network is now 177 sites in 46 countries. The UNESCO Global Geopark label recognises geological heritage of international significance. —



— STATEC —

European Statistics Competition rewards winners

In March of this year, a virtual prize-giving ceremony for the first edition of the European Statistics Competition (ESC) in Luxembourg took place.

For this first edition of the European Statistics Competition (ESC) in Luxembourg, seven out of 102 registered teams were rewarded at the end of the national phase of the competition organised by Statec in collaboration with the Luxembourg Science Center.

The objective of this competition is to promote statistical literacy among secondary school students, while encouraging teachers to use new teaching materials based on official statistics. To participate, students had to complete two tasks, namely an online questionnaire with statistical exercises and a photo competition on the topic of chance. —



— UNIVERSITY OF LUXEMBOURG —

Success for University incubator spin-offs

University spinoffs for learning and nutrition enter the market.

Two spin-offs of the University of Luxembourg, Magrid Learning Solution and NIUM, are about to launch their commercial offer, following the signature of licences negotiated with the University's Office for Partnerships, Knowledge and Technology Transfer (PaKTT Office).

Magrid Learning Solution offers an individualised mathematics programme for children from three to nine years old with learning difficulties, conceived by Dr Tahereh Pazouki as part of her PhD at the University's Faculty of Humanities, Education and Social Sciences.

NIUM develops solutions for personalised nutritional recommendations thanks to an advanced analysis of the microbiome and the metabolism. This spin-off of the Luxembourg Centre for Systems Biomedicine was founded by Dr Alberto Noronha, also on the basis on his doctoral research.

Both companies were hosted at the University incubator. In order to develop their activity, they now benefit from the intellectual property rights of the research that led to their launch.

Through the PaKTT Office, the University is intensifying its relations with companies and civil society, supporting entrepreneurs and their creative energy in the creation of spin-offs and the transfer of advanced technologies to companies. The research carried out at the University and within its network can thus find social, industrial or commercial applications, and participate in the development of the Luxembourg innovation ecosystem. —

— CATAPULT —

Inclusion Africa programme

This year's fourth edition of 'Catapult: Inclusion Africa' was held in Dubai in the context of the World Expo 2020.



For this year's fourth edition of Catapult: Inclusion Africa 2022 in Dubai, the fintech eMaisha Pay from Uganda bested eight other fintech finalists from Africa and won the boot camp.

eMaisha Pay is a mobile platform that leverages machine learning, alternative data and psychometric parameters to credit score small and medium-sized enterprises (SMEs) in Africa. This model makes it possible to serve SMEs that had no access to finance in the past.

Catapult: Inclusion Africa is a series of fintech development programmes managed by the LHoFT Foundation, Luxembourg's Fintech hub to drive technology

innovation in Luxembourg, and funded by and created in collaboration with Luxembourg's Development Cooperation.

The fourth edition of Catapult: Inclusion Africa welcomed nine startups from six countries: South Africa, Nigeria, Ivory Coast, Zimbabwe, Uganda and Ghana. During the three-day workshop series, expert speakers and mentors from Luxembourg and the United Arab Emirates supported the selected firms in developing their businesses and achieving their inclusion goals. —

— EXPOGAST 2022 —

The countdown has started!

Every four years, Expogast brings together leading professionals from the gastronomy and hospitality sectors over a week-long period with thousands of visitors.



This year, Expogast will be held from 25 November to 1 December 2022 and showcase the most talented chefs from five continents, a dozen prestigious partners, hundreds of exhibitors, many volunteers and an ever-growing public (45,000 visitors in 2018).

Expogast is also host to one of the world's foremost cooking competitions: the Culinary World Cup, sponsored by Villeroy & Boch as is the tradition. Teams from dozens of countries gather during this competition to win the World Cup by demonstrating their talent and ingenuity.

The advantage of the Villeroy & Boch Culinary World Cup 2022 is that it doesn't take place behind closed doors. The general public is able to fully participate in this huge celebration by not only admiring the culinary artistry created during the competition, but also by tasting the food and enjoying either an exceptional lunch or dinner in the famous Restaurant des Nations. The menus are so sought after that advance sales are usually sold out within a few hours. Expogast also provides an opportunity to look at new trends and the latest creations and innovations in tableware, food, drink and kitchen appliances.

Exhibition space is now being marketed. The event extends over seven days, with five days (from 26 to 30 November) open to the public and two days dedicated to official ceremonies.

'Expogast is a logistical tour de force and a huge challenge since all eyes the world over will be on us as Luxembourg temporarily becomes the world's capital of gastronomy. There could be no better showcase,' said Morgan Gromy, CEO of Lux-expo The Box. —

— MECO/FNR/LUXINNOVATION —

HealthTech project selection

Following the first Joint Call for HealthTech projects launched to companies and research and healthcare organisations on 1 April 2021, four projects have been selected among the eight submitted. The selection process, which took place in two phases, covered 17 expressions of interest.

The joint call for projects launched by the Ministry of the Economy, the Luxembourg National Research Fund (FNR) and Luxinnovation focused on the use of digital tools and the power of data analysis to improve the prevention, diagnosis, monitoring and treatment of diseases.

It was aimed at stimulating collaborative R&D projects in the form of public-private partnerships (PPPs) and at providing financial support to companies and research and healthcare organisations that collaborate to assess the relevance of a technology/product/healthcare solution, its technological advantages and benefits for human health. This is the first time in Luxembourg that such an initiative has been launched jointly by the Ministry of the Economy, the Luxembourg National Research Fund and Luxinnovation.

The four PPP projects selected are:

- ViewMind, in partnership with the Luxembourg Institute of Health (LIH)
- IEE, in partnership with LIH and the Centre hospitalier de Luxembourg (CHL)
- LuxAI, in partnership with LIH
- Meracle Health in partnership with LIH and CHL

The total budget for these four projects is estimated at EUR 6.10 million. An overall co-financing of some EUR 4.5 million comes from the Ministry of the Economy and the FNR, covering almost 75% of the total amount of the projects.

Such calls for projects in the field of health technologies facilitate companies' access to hospital or public research partnerships. This provides them with the opportunity to technically and clinically validate their medical products at the prototype stage, before envisaging a market launch. —

Uni.lu/MFA New chair for cyber policy

The Directorate of Defence of the Luxembourg Ministry of Foreign and European Affairs (MFA) and the University of Luxembourg have partnered to establish a Chair in Cyber Policy at the University. The Chair is established for a period of five years, beginning in September 2022.

The Chair will be hosted within the Department of Law at the Faculty of Law, Economics and Finance (FDEF) where it will carry out research, teaching and outreach activities. Cyber policy focuses on the legal and political aspects at the intersection of digital and network technologies such as privacy, data protection, cybercrime, cyber defense, contract law, Intellectual property law, and human rights.

CEC Consumer help claims double

The European Consumer Centre Luxembourg (ECC) has doubled the amount of disputes for consumers in two years to recover EUR 776,000.

In total, CEC Luxembourg 'saved' EUR 776,000 for consumers in 2021. This was achieved in cases where either the CEC assisted consumers in a claim against a company or helped to fend off an (unjustified) claim by a company against consumers. This means that the CEC Luxembourg more than doubled the amounts saved compared to 2019 (EUR 387,000), and compared to 2020, that is an increase of almost 42% in 2021, with 4,000 cases processed.

This consumer support is provided by the CEC free of charge and is made possible by financial support from the European Commission, the Ministry of Consumer Protection and the ULC.

A highly motivated team of seven lawyers is at the disposal of consumers with consumer law problems. The only condition concerns cross-border issues.

More info: cecluxembourg.lu

Cover Story

Exposition universelle Dubai 2020



Mission(s) accomplie(s)!

TEXTE Corinne Briault

Repoussée de près d'un an en raison de la pandémie de Covid, l'Exposition universelle 2020 s'est déroulée du 1^{er} octobre 2021 au 31 mars 2022 à Dubaï, aux Émirats Arabes Unis. Près de 200 pays et organisations internationales y étaient présents dans des pavillons conçus autour du thème choisi pour l'exposition, *Connecting Minds, Creating the Future*. L'Expo 2020 de Dubaï était la première exposition mondiale à se tenir dans la région Moyen-Orient, Afrique et Asie du Sud, comprenant 72 pays et une population combinée de 2,8 milliards de personnes et la 24^e du genre à laquelle participaient des délégations luxembourgeoises, comme elles le font depuis 1851.

La première Exposition universelle se déroule à Londres en 1851. La *Great Exhibition of the Works of Industry of All Nations*, s'installe à Hyde Park dans un palais tout de verre et d'acier, le Crystal Palace. Le 1^{er} mai 1851, jour de l'inauguration, la galerie centrale culmine à trente mètres de hauteur, une nef transversale toute aussi haute permet de conserver un bosquet d'arbres anciens à l'intérieur de l'édifice. Cette serre immense mesure 560 mètres de long, pour une superficie de 8 hectares. Les objets exposés sont partagés en quatre grandes classes : les matières premières, les machines, les produits manufacturés et les objets d'art. Le «Palace» accueille alors 17.000 exposants, dont six luxembourgeois, sur les recommandations de la Chambre de Commerce : le fabricant de chaussures J. Wemmer (bottier du Roi Grand-Duc, qui sera récompensé d'une médaille), la Ganterie Française de l'Union, les fabricants de draps Godchaux, le fabricant de papier peints Jacques Lamort, le céramiste Jean-François Boch et le maître de forge Auguste Metz, qui ne peuvent alors pas être regroupés mais sont obligés d'exposer dans des endroits différents suivant les classes de produits auxquels ils appartiennent.

Le succès de cette Exposition universelle de Londres est tel que le concept se développe avec l'organisation d'événements similaires

à travers le monde, témoignant de leur pouvoir d'attraction et de leur capacité à créer des espaces de renommées inégalées. Elles deviennent des lieux où se côtoient le spectaculaire et l'utopique et sont intrinsèquement liées à la Révolution Industrielle. Dès leurs premières éditions, elles permettent aux pays qui y sont présents de mettre en avant leur culture, de faire état de leur puissance et de présenter leurs innovations architecturales et technologiques, le but étant pour ces pays participants de vendre une image de modernité et de prestige. Ces lieux d'Expositions universelles étant les premiers «*espaces de communication globale de l'histoire*» (Jean-Luc Mousset «*Un petit parmi les grands. Le Luxembourg aux Expositions universelles de Londres à Shanghai 1851-2010*»), certains y voient immédiatement une opportunité de se faire connaître : c'est le cas du président et du secrétaire de la Chambre de Commerce pour la toute première *Great Exhibition*.

Tournées vers l'avenir

À Paris, le 22 Novembre 1928, 31 pays signent la Convention Internationale régissant l'organisation des expositions internationales. Dans la foulée est créé un organe pour garantir son application : le Bureau International des Expositions (BIE). Depuis sa création, le BIE a placé l'éducation,

l'innovation et la coopération au cœur des Expositions universelles, faisant ainsi évoluer leur raison d'être. De vitrines d'innovations industrielles, elles sont devenues des plateformes de discussion mondiale visant à trouver des solutions aux grands défis de l'Humanité. Au fil des années, le bureau a adapté les expositions aux besoins d'un monde en constante évolution. Le BIE a dans ce cadre adopté une résolution en 1994 qui déclare que les expositions doivent résoudre les problèmes cruciaux de notre temps et relever le défi de la protection de l'environnement. Le développement durable est désormais leur principal objectif et elles sont résolument organisées autour de thèmes visant à améliorer les connaissances, à répondre aux aspirations humaines et sociales et à promouvoir le progrès scientifique, technologique, économique et social.

Un pavillon primé à Dubaï!

À leurs débuts les Expositions universelles sont essentiellement tournées vers les prouesses industrielles. Les pavillons reflètent l'importance de certains domaines d'activités. Pour cette raison, ils ont de surprenantes dimensions afin d'y accueillir des machines de toutes tailles. Puis, à partir de 1867, les nations sont conviées à construire des pavillons de style national. Les expositions ayant un caractère éphémère, les architectes des pavillons essaient différents styles plus ou moins «modernistes». Par ailleurs, le message que le pays veut diffuser est alors intimement lié à l'architecture de



Showcooking de produits luxembourgeois

Ce qui devait être initialement une réception pendant la mission *Food & Beverage* menée par la Chambre de Commerce, s'est transformé en une véritable démonstration du savoir-faire du chef du restaurant du Pavillon luxembourgeois Kim Kevin de Dood. Aidé par la brigade de l'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg, le chef a proposé à la dégustation deux apéritifs sur base des produits de la société I. Lagnide de Mamer, combinés avec le Crémant de Luxembourg sous forme d'un Kir Royal et d'un Gin Tonic à base de l'Hibiscus Gin Badass Queen, puis plusieurs plats froids servis sur les pains de la société Panelux, des plats chauds assaisonnés avec les épices de The Spice Collection et des créations issues des produits des Moulins de Kleinbettingen et de Luxlait.



Dubaï et des chiffres

L'exposition de Dubaï s'étendait sur **438** hectares et réunissait **191** pays. Il s'agissait de la première Exposition universelle au Moyen-Orient. Elle a duré **182** jours et a recensé plus de **23** millions de visites. Le site de l'Expo 2020 Dubaï va se transformer en *District 2020*, lieu d'expérimentation de nouvelles technologies et d'innovations. **80%** des infrastructures construites pour l'Exposition seront réaffectées à ce nouveau quartier. La Chambre de Commerce a organisé **6** missions sectorielles durant l'Exposition, plus une semaine dédiée au savoir-faire luxembourgeois et un événement de matchmaking qui ont drainé pour l'*ICT Mission* **46** représentants de **32** sociétés, pour la *Space Mission* **56** représentants de **36** sociétés; pour l'événement *Made in Luxembourg* **35** représentants de **12** sociétés; pour la mission *Sustainability*, **36** représentants de **15** sociétés, pour la mission *Healthtech*, **38** représentants de **18** sociétés, pour le *Matchmaking*, **39** représentants de **33** sociétés et pour la mission *Food & Beverage*, **23** représentants de **14** sociétés.



01

l'exposition. En 1900, le Pavillon luxembourgeois est tout en bois et en plâtre et s'inspire du palais grand-ducal et du château de Mansfeld et en 1925, le Grand-Duché participe avec une roseraie de 200m² qui tient lieu de pavillon national.

À partir des années 1930, le Grand-Duché se présente sous de multiples aspects: pour l'Exposition universelle de Chicago en 1934, en plus de faire l'article de la sidérurgie, la tannerie, la ganterie et le tourisme, il se présente pour la première fois comme place financière internationale à la suite de la création de la bourse et du vote de la loi sur les *holdings* en 1929. À Paris en 1937, le pavillon conçu par l'architecte Nicolas Schmit-Noesen est le plus accompli sur le plan artistique de tous les pavillons luxembourgeois construits jusque-là. La façade contient un grand relief intitulé *Vue panoramique de la Ville de Luxembourg*, conçu par Pierre Blanc et la salle principale une maquette de 20 x 4,5 mètres du bassin minier. L'exposition de Bruxelles en 1958, et son thème *Pour un monde plus humain* permet au Luxembourg de mettre en avant au travers de son pavillon, tout son savoir-faire, sa grandeur en matière de production d'acier et de se présenter comme l'un des trois pays de la nouvelle union économique du Benelux signée en 1958. À Séville en 1992, le thème est *Le temps des découvertes*. Le Pavillon luxembourgeois, un grand cube de verre et d'acier, fait entrer le visiteur dans l'ère de l'informatique et de l'audio visuel. À Shanghai en 2010, la participation luxembourgeoise – la plus grande de son histoire

– fera honneur au thème *Better city, better life* avec un pavillon en acier et bois luxembourgeois, recouverts de végétation, dont l'intention est de montrer le Schengenland, un espace où les voyageurs peuvent circuler sans entraves, librement.

Suivant le thème *Resourceful Luxembourg*, le pavillon du Luxembourg à l'Expo 2020 Dubaï (voir aussi *The Interview* avec Maggy Nagel, commissaire générale du Luxembourg auprès de l'Expo 2020 Dubaï et Daniel Sahr, directeur du Pavillon luxembourgeois, page 76) a accueilli des visiteurs du monde entier qui ont fait l'expérience du pays avec leurs 5 sens. Il a été dessiné par le bureau d'architectes Metaform et la scénographie était assurée par le bureau lyonnais The Space Factory. À travers un parcours sur différents étages, tous ont pu découvrir des informations générales sur le pays, les multiples secteurs économiques, la vie quotidienne et un espace dédié aux nouvelles technologies où le *space mining* était mis à l'honneur. Une boutique terminait le parcours et les visiteurs pouvaient faire une pause gourmande dans un restaurant, le Schengen Lounge, géré par le chef étoilé Kim Kevin de Dood, en partenariat avec Jumeirah Group et l'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg.

L'originalité de ce Pavillon luxembourgeois a ainsi fait mouche au cours de l'exposition: il a figuré parmi le top cinq des plus visités de l'exposition, ayant attiré plus de 680.000 visiteurs (entre 4.000 et 7.000 par jour). Le magazine luxembourgeois Paperjam révélait



02



03



04

01. La première Exposition universelle se déroule à Londres en 1851 à Hyde Park dans un palais tout de verre et d'acier, le Crystal Palace.

02. 03. 04. Les Expositions universelles sont une opportunité pour certains de se faire connaître: c'est ce que pensent déjà le président et le secrétaire de la Chambre de Commerce pour la toute première *Great Exhibition*. Le Grand-Duché participera ensuite à quasi toutes les Expositions universelles via un pavillon ou en inscrivant des délégations représentant le pays.

© Bureau International des Expositions BIE; Livret de participation Grand-Duché à l'Exposition internationale de Paris 1937

il y a quelques semaines qu'*2A Architecture & Art* avait consacré un numéro spécial aux pavillons de l'Exposition universelle à Dubaï et que parmi la vingtaine de pavillon sélectionnés figurait celui du Grand-Duché. Un jury indépendant constitué pour l'occasion avait pour mission d'attribuer trois prix: celui de *Specially Venerated Pavilion* est revenu à Metaform Architects.

Ce qui reste ...

Les expositions sont l'occasion de voir naître de nombreuses inventions, ainsi que de nouvelles techniques architecturales à travers des constructions emblématiques, comme la Tour Eiffel, l'Atomium ou la Statue

de la Liberté. On y assiste également le lancement de nouveautés: en 1876, Bell présente le téléphone à Philadelphie. À Paris en 1878, les visiteurs peuvent admirer le microphone de Hugues, tout comme le phonographe ou une technique de réfrigération des navires. En 1900, le trottoir roulant fait sensation à Paris. En 1958, les visiteurs du pavillon soviétique découvrent le premier Spoutnik...

À Dubaï, outre les prix qu'il s'est vu attribuer, le Pavillon luxembourgeois a également séduit les autorités dubaïotes qui ont fait part de leur intention de le conserver: sa structure et son toboggan vont «être intégrés à un gigantesque complexe immobilier», a

souligné le ministère luxembourgeois de l'Économie dès le début de l'exposition. À noter que les autorités chinoises avaient également conservé le Pavillon luxembourgeois pour y abriter un musée.

Profitant de l'Exposition, l'Émirat a inauguré le Musée du futur, situé de l'autre côté du quartier d'affaires. Inauguré le 22.2.22, visité par de nombreuses délégations présentes à l'Exposition universelle le bâtiment à structure métallique, sans squelette de béton, conçu par le cabinet Killa Design, étonne tant par sa forme que par sa surface uniformément convexe, ciselée de trois immenses citations sur le futur, en calligraphie arabe. Chaque caractère est une fenêtre,



Ilana Devillers
Founder & CEO
F4A (Food4All)

« J'avais une certaine idée de ce que l'exposition pouvait m'apporter mais je n'imaginai pas que cela m'amènerait bien plus. »

Votre startup souhaite lutter contre le gaspillage alimentaire. Qu'est-ce qui vous a poussé à participer à une mission économique à l'Exposition universelle de Dubaï ?

J'ai souhaité participer à la mission *Food & Beverage* à l'Exposition universelle de Dubaï afin de représenter Luxembourg dans le secteur de la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Nous venons tout juste de nous lancer en Estonie avec la chaîne de supermarchés RIMI. En pleine internationalisation de nos services, il était tout naturel de rejoindre cette mission internationale.

Cette mission m'intéressait tout d'abord en raison de la participation au Gulfood, qui est le plus grand événement annuel consacré à tout ce qui touche à l'alimentation et aux boissons afin de connaître les besoins actuels et futurs du marché dans leur entièreté et de saisir de nouvelles opportunités dans un cadre international.

Aviez-vous une idée de ce que l'exposition pourrait vous apporter ?

J'avais une certaine idée de ce que l'exposition pouvait m'apporter mais je n'imaginai pas que cela m'amènerait bien plus. J'ai rencontré des entrepreneurs passionnés qui venaient du monde entier ainsi que du Luxembourg et qui tous veulent changer les choses : cela m'a ouvert l'esprit et m'a donné une énergie positive et un élan supplémentaire pour rendre ce monde meilleur.

Est-ce que des projets vont se concrétiser grâce à cette participation ?

Des projets sont en cours de réalisation, dont vous aurez bientôt des échos. À cette fin, je vous invite à nous suivre sur nos réseaux sociaux !



05



06

05. Les pays rivalisent d'imagination pour leurs pavillons.

06. À Shanghai, le Pavillon luxembourgeois est pensé par le bureau d'architectes Hermann & Valentiny et associés et la *Celle Fra* fait le voyage pour être installée devant le pavillon. La *Golden Lady of Luxembourg* est immédiatement adoptée par tous les visiteurs.

07. 08. 09. Suivant le thème *Resourceful Luxembourg*, le pavillon national à l'Expo 2020 Dubaï était dessiné par le bureau d'architectes Metaform. La scénographie était assurée par le bureau lyonnais The Space Factory. Les autorités dubaïotes vont le conserver : sa structure et son toboggan vont « être intégrés à un gigantesque complexe immobilier ».

© SIP Jean-Christophe ; Expo 2020 DUBAÏ Andreas Keller

elle-même composée d'un millier de pièces uniques en acier inoxydable fabriquées par des robots. L'immeuble évoque un immense œuf de Fabergé de 77 mètres de haut. Le musée est composé de deux niveaux, un pour les enfants, un autre pour les expositions temporaires consacrées aux nouvelles technologies et aux entreprises qui les développent.

Une participation et quels effets ?

Comme pour toutes les participations du Luxembourg aux Expositions universelles, la Chambre de Commerce avait mis en place un vaste programme économique pour les entreprises luxembourgeoises. Les différentes activités, organisées au cours des mois que durait l'exposition, visaient à mettre en vitrine les entreprises participantes et les divers secteurs de l'économie luxembourgeoise. Ce programme diversifié et varié couvrirait notamment les technologies d'avenir, la construction, le secteur alimentaire, la digitalisation, la mobilité et l'économie circulaire.

Des événements internationaux et spécialisés qui gravitaient autour de l'Exposition universelle de Dubaï ont servi de porte d'entrée vers le monde entier pour en faire



« Les Expositions universelles s’intègrent parfaitement dans la stratégie globale de promotion des secteurs et entreprises qui souhaitent s’internationaliser. »

un événement d’envergure internationale alors que 70% des 25 millions de visiteurs attendus venaient de l’étranger. Les équipes de la Chambre de Commerce ont ainsi eu l’opportunité de coupler les différentes missions sectorielles à des visites de grandes foires internationales organisées dans la région Dubaï-Abu Dhabi qui ont été systématiquement intégrées aux programmes. Cette formule a permis de puiser dans les réseaux de foires internationales pour stimuler et faciliter le networking sectoriel (voir également l’interview de Cindy Tereba, directrice Affaires Internationales à la Chambre de Commerce, page 49).

De plus, le programme économique déployé par la Chambre de Commerce pour les entreprises luxembourgeoises, en étroite collaboration avec ses partenaires rassemblés sous la bannière « Trade and Invest », devait permettre de trouver des opportunités dans

les autres pays du Golfe, mais aussi dans les régions proches de l’Afrique et de l’Asie... « Outre le fait d’aider les entreprises à explorer le marché du Moyen-Orient, l’événement de Dubaï a été l’occasion idéale pour renforcer les partenariats au sein des délégations d’entreprises européennes. Ce volet important favorise le développement du marché intérieur, ce qui était très difficile à effectuer lors de la pandémie, et le peu d’événements physiques qui ont pu être organisés pendant cette période. De plus, Dubaï est un creuset d’entreprises et de cultures internationales, ce qui s’est clairement reflété dans l’événement récent. Alors que l’événement de Shanghai était surtout focalisé sur l’accompagnement des PME luxembourgeoises et européennes dans leur exploration du marché chinois. Enfin, notre événement à Dubaï a également tiré parti des richesses de l’Expo à travers des visites guidées de différents pavillons-pays

qui ont enrichi le programme et contribué à apporter une valeur ajoutée supplémentaire à l’événement de cette année » explique Sabrina Sagromola International Affairs Manager, EU Services & Cooperations à la Chambre de Commerce.

Ce programme diversifié et varié a attiré 273 représentants de 161 sociétés luxembourgeoises en plus d’une centaine de représentants d’associations et d’institutions publiques, et ce, malgré la pandémie (voir les chiffres détaillés dans l’Info Box Dubaï et des chiffres, page 44).

L’exploitation commerciale de la présence luxembourgeoise a non seulement permis à la Chambre de Commerce de réaliser une de ses missions opérationnelles, la promotion des relations économiques et commerciales avec l’étranger, mais également de contribuer aux objectifs stratégiques de la

«La Chambre de Commerce a eu l'opportunité de coupler les différentes missions sectorielles à des visites de grandes foires internationales organisées dans la région Dubaï - Abu Dhabi qui ont été systématiquement intégrées au programme économique.»



promotion économique «Trade & Invest». Et le président de la Chambre de Commerce Luc Frieden de souligner lors de la conférence de presse dressant un premier bilan de l'événement au sein du Pavillon luxembourgeois que *«les Expositions universelles s'intègrent parfaitement dans notre stratégie globale de promotion des différents secteurs et d'accompagnement des entreprises qui souhaitent s'internationaliser (...) Notre mission en tant que Chambre de Commerce est de stimuler la croissance économique par le renforcement du commerce international»*. La Chambre de Commerce a ainsi joué un rôle important de facilitateur et de fédérateur pour les entreprises luxembourgeoises.

Parmi les événements mis en place par la Chambre de Commerce, la mission multisectorielle organisée autour de la journée luxembourgeoise en janvier 2022, a été

l'occasion d'accueillir l'organisation d'un événement de matchmaking B2B avec l'implication de l'Enterprise Europe Network (EEN) de la Chambre de Commerce et de son programme de mise en relation d'entreprises. Sabrina Sagromola ayant mis en place l'événement de matchmaking souligne que son équipe est *«extrêmement satisfaite des nombreux retours reçus de la part de la délégation luxembourgeoise. Nos entreprises ont été très satisfaites de notre soutien proactif pour préparer leur participation avant et pendant l'événement. Quelques entreprises ont même déjà eu l'occasion de retourner à Dubaï après l'événement pour intensifier leurs premiers contacts établis et faire évoluer leurs négociations initiales au niveau supérieur. C'est fantastique et c'est l'essence même de notre mission. Pour autant, notre travail n'est pas encore terminé. Maintenant, nous allons faire tout un suivi de l'événement de matchmaking de Dubaï,*

afin d'aider les entreprises afin qu'elles optimisent les résultats de leur participation à cet important événement international».

Ainsi, même si pour l'heure, tirer un bilan définitif est encore prématuré, organisateurs et participants se disent satisfaits de cette Exposition universelle de Dubaï qui fut aussi un défi à organiser en raison de son report dû à la pandémie. *«Malgré deux années de préparation, explique Sabrina Sagromola, l'événement a été très difficile à organiser à cause de la pandémie. De plus, la vague Omicron avait atteint son pic tant en Europe qu'aux EAU pendant l'événement de matchmaking, ce qui a entraîné de nombreux changements de dernière minute. Mais notre résilience et notre flexibilité nous ont tout de même permis de mener l'événement à bien, et ce, avec grand succès. La dimension internationale de l'Expo de Dubaï s'est reflétée dans notre événement, qui a*



12

compté des entreprises de nombreux pays, mais aussi des représentants de multiples nationalités. Malgré la pandémie, nous avons dépassé nos attentes et nos capacités en termes de nombre de personnes. Nous avons atteint avec succès notre objectif de créer des matchs entre les entreprises, ceci notamment grâce aux efforts de collaboration qui se sont naturellement instaurés entre nous et nos partenaires. Un bon matching pour les entreprises commence toujours par un bon matching entre nos partenaires. Outre le fait d'établir un réseau de partenaires riche et vaste en Europe et aux Emirats Arabes Unis, nous avons travaillé en étroite collaboration avec nos homologues du Luxembourg Trade & Investment Office à Abu Dhabi et le directeur du Pavillon luxembourgeois, qui nous ont beaucoup aidé à créer des connections intelligentes pour notre événement».

Et pour le pays ?

Comme c'est le cas pour toutes les Expositions universelles, Dubai 2020 a permis au Grand-Duché de se présenter sur une plateforme d'échanges géante où ont été signés des protocoles d'accord pour renforcer la coopération internationale. Ainsi, entre autres, les agences spatiales luxembourgeoise et italienne ont signé un mémorandum d'entente (MoU) qui servira à approfondir de manière significative la coopération entre les deux pays dans le domaine de l'espace. Un nouvel accord-cadre entre la

10. 11. L'exposition de Dubai s'étendait sur 438 hectares et réunissait 192 pays. Il s'agissait de la première Exposition universelle au Moyen-Orient. Elle a duré 182 jours et a recensé plus de 23 millions de visites.

© SIP Emmanuel Claude

12. L'émirat de Dubai a inauguré le Musée du futur, situé de l'autre côté du quartier d'affaires. Inauguré le 22.2.22, il a été visité par de nombreuses délégations présentes à l'Exposition universelle.

© Steven Koener / Amir Majlai



Cindy Tereba
Directrice Affaires
internationales,
Chambre de Commerce

**« Des retours positifs
et un marché qui suscite
un réel intérêt. »**

L'Exposition universelle de Dubaï a-t-elle été un tremplin commercial pour les entreprises luxembourgeoises qui ont participé aux missions du programme économique déployé par la Chambre de Commerce ?

Pour l'heure, il est trop tôt pour tirer un bilan des retombées économiques pour les entreprises ayant participé aux missions organisées dans le cadre de notre programme, l'Exposition universelle n'ayant fermé ses portes que depuis quelques jours. Cependant, les premiers retours que nous avons sont très positifs : beaucoup d'accords ont été signés à l'occasion de la mission *Space*, une entreprise ayant participé à l'événement *Made in Luxembourg* a signé un contrat commercial et une startup luxembourgeoise ayant participé à la mission *Food & Beverage* a d'ores et déjà ouvert une succursale à Dubaï, suite à un accord avec un investisseur rencontré sur place. D'un point de vue plus général, Dubaï a été une formidable plateforme d'échanges et de rencontres à l'échelle mondiale pendant l'Exposition, et surtout durant la pandémie de Covid, car le pays est toujours resté ouvert. Alors que les déplacements étaient contraints partout dans le monde, les Émirats ont gardé une dynamique créant des opportunités pour les entreprises de participer à des salons et des foires, où il leur était possible de rencontrer leurs fournisseurs pour établir des contacts d'affaires dans cette région. Enfin, nous pouvons dire que l'Exposition a été un tremplin car nous avons constaté une forte augmentation des demandes auprès du bureau *Luxembourg Trade & Invest* à Abou Dhabi. Cette région suscite un réel intérêt. Mais là encore, les retombées ne seront concrètes que dans quelques mois car une des spécificités de ce marché est que les relations de confiance et commerciales s'établissent sur le long terme.

La Chambre de Commerce sera présente à l'Exposition universelle d'Osaka. Qu'est-ce qui motive une telle décision ?

Les retours très positifs de la part des entreprises présentes à Dubaï ont clairement motivé la décision de la Chambre de Commerce de participer également à Osaka en 2025 et de réfléchir à mettre à nouveau en place une programmation économique. Elle sera vraisemblablement élaborée sur le même principe, en se basant sur la complémentarité des deux marchés luxembourgeois et japonais, et en collaboration avec le bureau *Luxembourg Trade & Invest* de Tokyo. Il s'agira, là encore, d'offrir une porte d'entrée sur ce marché aux entreprises luxembourgeoises, au travers de divers événements que pourraient être des foires, des conférences ou des salons. L'engouement pour les rencontres B2B nous amèneront certainement à penser à nouveau à l'organisation de rencontres bilatérales car à Dubaï, elles ont été une réelle plus-value pour les participants.



Caner Dolas
CEO et co-fondateur
Jayan Jevanesan
CTO et co-fondateur
de GAMMA AR

« Cette participation était une opportunité ! »

Vous êtes une jeune société. Pour la première fois, votre entreprise a participé à une Exposition universelle et à une mission organisée par la Chambre de Commerce. Qu'est-ce qui a motivé cette participation ?

Ce qui nous a motivé à participer à cette Exposition universelle et à une mission organisée par la Chambre de Commerce était la possibilité de rencontrer des acteurs commerciaux nationaux et internationaux. Notre objectif était de nous connecter au secteur de la construction des Émirats Arabes Unis pour développer notre marché. En plus de cela, c'était une occasion de connaître les acteurs luxembourgeois de la région et de pouvoir rencontrer et d'avoir des échanges avec d'autres entreprises innovantes.

Qu'est-ce que cela vous a apporté ?

Cette participation nous a permis d'avoir d'excellentes connexions et de rencontrer les institutions luxembourgeoises et émiriennes. Cela a aussi été l'occasion de comprendre la façon dont les affaires se font dans les différentes régions. Nous avons également pu nous rendre sur un chantier de construction à Dubaï afin de présenter notre produit mais aussi d'y rencontrer notre clientèle. Cette participation était une opportunité autant du point de vue du networking avec les acteurs luxembourgeois que pour les possibilités de faire des affaires dans le secteur de la construction. Enfin, nous avons été amenés à rencontrer les entreprises responsables de la célèbre silhouette de la ville de Dubaï. Une belle expérience à retenir !



13. 14. 15. 16. La Chambre de Commerce avait mis en place un vaste programme économique qui visait à mettre en vitrine les entreprises luxembourgeoises participantes et couvrait notamment les technologies d'avenir, la construction, le secteur alimentaire, la digitalisation, la mobilité et l'économie circulaire.

17. 18. 19. Des événements internationaux et spécialisés (*matchmaking, show cooking* avec des produits luxembourgeois, *Semaine Made in Luxembourg*), gravitaient autour de l'exposition.

© Jannah Photography,
SIP Emmanuel Claude,
Chambre de Commerce

Luxembourg Space Agency (LSA) et le Centre national d'études spatiales (CNES), a également été signé, afin de mettre à jour les termes de l'accord de 2009 et d'y intégrer explicitement une coopération au niveau du secteur des ressources spatiales. L'European Space Resources Innovation Center (ESRIC) a signé un protocole d'accord avec Airbus Defence and Space pour collaborer sur les technologies d'extraction des ressources lunaires. Ce partenariat stratégique soutiendra le développement de technologies européennes clés d'utilisation des ressources *in situ*, accélérant le développement de l'économie lunaire autour des ressources spatiales. À l'occasion de la mission *Space*, Airbus Defence and Space, Air Liquide et espace Europe ont également annoncé la création conjointe d'EURO2MOON, une nouvelle association sans but lucratif basée au Luxembourg et hébergée au sein de la Fedil, qui se concentrera sur des sujets liés à l'exploration de la surface lunaire et à l'utilisation de ses ressources de manière commerciale et durable. L'objectif est de positionner l'industrie européenne comme un acteur majeur de l'économie lunaire en pleine effervescence.

En route pour le Japon !

Le gouvernement luxembourgeois a décidé de la participation du Luxembourg à l'Exposition universelle d'Osaka en 2025. Ce nouvel événement de renommée mondiale



13



14



15



16

aura lieu du 13 avril au 13 octobre 2025 à Yumeshima, une île artificielle en front de mer d'Osaka. Placé sous le thème *Concevoir la société du futur, imaginer notre vie de demain*, l'événement se prépare à accueillir 175 participants officiels, dont 150 pays et 25 organisations internationales. Le thème principal ainsi que ses sous-thèmes *Sauver des vies*, *Inspirer des vies* et *Connecter des vies*, s'inscrivent dans les objectifs de développement durable adoptés par les Nations unies en vue de créer une société inclusive, juste et durable.

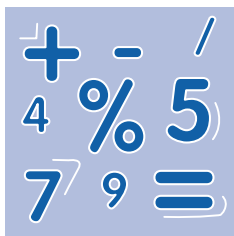
Le Japon, en tant que pays organisateur, ambitionne de positionner cette édition

de l'Exposition universelle comme source d'inspiration pour encourager les pays à atteindre les objectifs fixés en matière de développement durable, et même, à aller au-delà. En thématisant au moins l'un des 17 objectifs de développement durable, chaque participant contribuera, à travers le concept de laboratoire vivant des peuples, à présenter sa vue de la société de demain. Une attention particulière sera accordée à la mobilité, à la neutralité carbone et à la digitalisation en tant que facteurs essentiels pour façonner la vision sociétale future.

Le thème principal de l'Exposition universelle d'Osaka 2025 est donc en ligne avec

l'orientation et le positionnement du Luxembourg en faveur d'un développement économique durable et innovant. Le Grand-Duché entretient des relations bilatérales très étroites avec le Japon. L'ouverture, dès 1987, de la première ambassade luxembourgeoise résidente à Tokyo montre les relations privilégiées de longue date qu'entretiennent le Japon et le Luxembourg. Ces liens, qui remontent à plus de 90 ans, sont soutenus par la proximité qu'entretiennent les maisons royales et impériales des deux pays, comme en a témoigné la visite d'État au Japon en 2017.

En outre, le Luxembourg dispose au sein de son réseau international de promotion



Des maths à Dubaï!

Le Pavillon du Luxembourg s'est associé à l'Université du Luxembourg pour présenter une exposition visuelle interactive au travers de plusieurs projets. Le projet ReCreate conçu par Hugo Parlier et Bruno Teheux du département de mathématiques de l'Université consistait à illustrer les mathématiques d'une manière surprenante grâce à un voyage d'interrogation et d'exploration dans un univers ludique. Les joueurs de tous âges et de tous horizons pouvaient découvrir la nature de la recherche mathématique. Le projet ReShape permettait lui, de prendre part à un vaste projet d'exploration artistique collaborative en créant des compositions abstraites et de contempler l'impact dans un étalage agrégé de créativité en constante évolution. Enfin, le projet ReTrace consistait à explorer, colorier et créer des puzzles basés sur des idées issues des mathématiques des combinaisons, des formes et de l'espace. 10.000 dessins ont été composés, 10.000 puzzles confectionnés et 50.000 motifs explorés, le succès de l'exposition a dépassé les attentes les plus folles des organisateurs.



Un livre de cuisine pour l'occasion

Partenaire du Pavillon luxembourgeois à l'Expo 2020 Dubaï, l'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg (EHTL) a élaboré le concept gastronomique du restaurant *The Schengen Lounge*. Pour cette occasion, le chef étoilé Kim Kevin De Dood, ancien élève et professeur à l'école de Diekirch, a notamment revisité la cuisine luxembourgeoise traditionnelle. Toutes les compositions gastronomiques servies à Dubaï, soit 18 plats et 5 desserts d'exception, sont désormais réunies dans un recueil réalisé par l'EHTL et intitulé *The Schengen Lounge – Recipe Book – Livre de recettes*. Rédigé en français et en anglais, l'ouvrage magnifiquement illustré est disponible auprès de l'EHTL. La vente de ce livre contribue à financer des projets pédagogiques à l'EHTL et à promouvoir la renommée de l'école.



17



18

«La Chambre de Commerce a d'ores et déjà débuté ses réflexions pour une participation efficace à Osaka en 2025.»

économique d'un *Luxembourg Trade and Investment Office* (LTIO) à Tokyo qui assure à la fois l'accompagnement des entreprises luxembourgeoises souhaitant développer leurs activités au Japon et la promotion économique ciblée du Grand-Duché au Japon. Le Japon est également le deuxième partenaire commercial du Luxembourg en Asie. Les relations commerciales disposent d'un potentiel de développement non négligeable avec la troisième puissance économique au monde.

La Chambre de Commerce y sera!

Pour l'Exposition universelle d'Osaka, le



19



21



20

Pavillon luxembourgeois s'inscrita intégralement dans les principes de l'économie circulaire pour être conforme au programme gouvernemental qui prône le développement actif de l'économie circulaire dans tous les domaines : la production de biens et services, l'allongement de la phase d'utilisation des produits, leur réutilisation ainsi que la valorisation des matières secondaires. Il a été choisi de réserver un lot de terrain de taille moyenne auprès des organisateurs de l'Exposition universelle d'Osaka 2025 pour y bâtir le Pavillon luxembourgeois qui sera de taille nettement plus réduite que celui de l'Expo 2020 Dubaï aux Émirats Arabes Unis. Cette future édition de l'Exposition universelle permettra également aux acteurs du secteur privé de bénéficier d'une vitrine de choix pour présenter au monde entier le Luxembourg comme pays précurseur de l'économie circulaire. La Chambre de Commerce a elle aussi déjà débuté ses réflexions pour une participation économique efficace. Son président, Luc Frieden et son directeur

général, Carlo Thelen, ont annoncé, lors de la conférence de presse dressant le bilan de la programmation économique à l'Expo de Dubaï 2020 au mois de mars dernier, que l'assemblée plénière avait validé cette participation économique et commerciale budgétisée à hauteur de 3 millions d'euros, montant équivalent à ce qui avait été prévu aux Emirats. —



Bye Bye Dubaï - Hello Osaka!

Découvrez notre poster détachable en fin de magazine.

20. Parallèlement au programme économique, la House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce a participé à la *World Chambers Competition*. Le concours 2021 comportait 4 catégories « Meilleur projet non conventionnel », « Meilleur projet d'action pour le climat », « Meilleur projet numérique » et « Meilleur projet de résilience ». C'est dans cette dernière catégorie que la House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce a été primée.

© Chambre de Commerce

21. 273 représentants de 161 sociétés luxembourgeoises en plus d'une centaine de représentants d'associations et d'institutions publiques ont participé au programme de la Chambre de Commerce. Son président, Luc Frieden et son directeur général, Carlo Thelen, ont annoncé lors de la conférence de presse dressant le bilan de la programmation économique à l'Expo de Dubaï 2020 au mois de mars dernier, que l'assemblée plénière avait validé la participation économique et commerciale à la prochaine Exposition universelle qui se tiendra à Osaka.

— CLIMAT —

Un deuxième rapport du GIEC plus alarmant

TEXTE Christine Elsen, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Juan- Manuel Sanchez (1), Jaroslaw Kwoczala (2), Matt Palmer (3) et Darya Jumelya (4) / Unsplash

Le récent rapport sur le climat du Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat (GIEC) alerte une nouvelle fois sur les effets du changement climatique, déjà ressentis aujourd'hui et qui vont se généraliser et se multiplier à l'avenir. Aucun écosystème n'est et ne sera épargné et les dommages pourraient désormais être irréversibles. Le GIEC appelle à agir à la fois sur les causes du changement climatique et sur ses conséquences pour essayer d'en limiter les impacts. De plus, les experts attribuent pour la première fois la quasi-totalité des causes du réchauffement aux activités humaines.

Le 28 février 2022, le GIEC, ou *Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC), a publié le deuxième volume de son sixième rapport d'évaluation. L'analyse est le fruit d'une collaboration de 270 scientifiques du monde entier à partir de 34.000 études. Le cinquième rapport d'évaluation du GIEC a été publié il y a huit ans. Après un premier volume du sixième rapport publié en août 2021 sur les bases physiques du changement climatique, la deuxième édition se penche sur les impacts, l'adaptation et la vulnérabilité des sociétés humaines et des écosystèmes au changement climatique et intègre davantage l'économie et les sciences sociales. Un troisième volume, dédié aux solutions pour réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES), vient d'être publié en avril 2022.

Créé en 1988, le GIEC est l'organe des Nations Unies (ONU) chargé d'évaluer l'état des connaissances scientifiques, techniques et socio-économiques sur les changements climatiques ainsi que les causes, les répercussions potentielles et les stratégies de parade. Il compte 195 États membres et a déjà publié 5 rapports multivolumes. Le GIEC est constitué de trois groupes de travail qui contribuent au rapport d'évaluation : le Groupe I évalue les éléments scientifiques du changement climatique, le Groupe II se charge des incidences, de l'adaptation et de la vulnérabilité, alors que le Groupe III

en étudie l'atténuation. De plus, il compte également une équipe spéciale pour les inventaires nationaux de GES élaborant des méthodes afin de mesurer les émissions et les éliminations de ces derniers.

Un éloignement de l'objectif de +1,5°C

Après le premier volume publié en 2021, qui estime que le réchauffement de la planète devrait atteindre le seuil des +1,5°C autour de 2030, soit dix ans plus tôt que leurs dernières prévisions, dans son nouveau rapport, le GIEC tire à nouveau la sonnette d'alarme et conclut que l'ampleur et la portée du changement climatique d'origine humaine sont plus importantes que ne le supposaient les évaluations précédentes. Le réchauffement climatique est déjà de +1,1°C aujourd'hui en comparaison à l'ère préindustrielle alors que le monde s'était engagé en 2015, avec l'accord de Paris, à limiter le réchauffement bien en deçà de +2°C, si possible +1,5°C, d'ici 2100. En tenant compte des engagements actuels des États, le secrétaire général de l'ONU Antonio Guterres avait déclaré en septembre 2021 que le réchauffement climatique serait contenu à +2,7°C.

Se basant sur plusieurs scénarios de réchauffement, les experts alertent sur les dangers climatiques de plus en plus nombreux et les impacts déjà irréversibles.

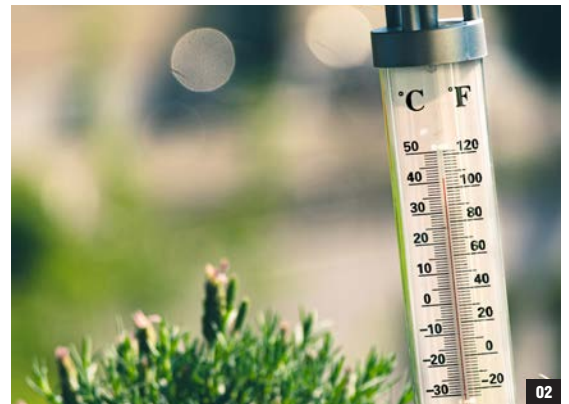
Les extrêmes climatiques et leurs conséquences

Les sécheresses, les inondations et les vagues de chaleur, ces phénomènes climatiques et météo extrêmes ont déjà entraîné des impacts « irréversibles », car les systèmes naturels et humains sont poussés « au-delà de leur capacité à s'adapter ». Jusqu'à présent, notre planète a gagné 1,1°C en moyenne depuis l'ère préindustrielle et le mercure continue à monter entraînant des événements extrêmes plus fréquents et plus intenses, avec parfois des conséquences en cascade.

« Les communautés les plus fragiles et les moins responsables de cette crise sont affectées de manière disproportionnée. »



« D'importantes pertes de productions agricoles dues à la chaleur et à la sécheresse sont prévues pour la plupart des régions d'Europe. »



Cette crise climatique est une menace fondamentale pour la paix et la stabilité dans le monde selon le GIEC. 3,3 à 3,6 milliards de personnes, soit près de la moitié de la population mondiale, sont déjà « très vulnérables » souligne le rapport. La vulnérabilité des écosystèmes et des populations au changement climatique varie d'une région à l'autre, et parfois à l'intérieur même de ces régions, pour des raisons politiques, socio-économiques, historiques ou encore de gouvernance. Ainsi, les communautés les plus fragiles et les moins responsables de cette crise sont affectées de manière disproportionnée. Mais le changement climatique n'épargne pas non plus les pays développés. L'Europe souffre également de plus en plus de stress thermique, d'une part, et de fortes précipitations et d'inondations, d'autre part. Les incendies pourraient augmenter en particulier dans le sud de l'Europe.

En outre, les aléas climatiques nuisent à la production alimentaire. Ils réduisent la productivité de la main-d'œuvre agricole et la disponibilité de la nourriture et de l'eau potable, mettant en péril la sécurité alimentaire, notamment en Afrique, en Amérique centrale et du Sud, en Asie, ainsi qu'en Outre-mer. Ces effets engendrent une hausse des prix des aliments et une baisse des revenus des agriculteurs. D'importantes pertes de production agricole dues à la chaleur et à la sécheresse sont prévues pour la plupart des régions d'Europe. De plus, en Europe du Sud, si le mercure monte à +2°C, plus d'un tiers de la population sera confronté à une pénurie d'eau.

Face à la montée du niveau des mers, renforçant l'impact des tempêtes et des submersions marines, les villes et villages sur le littoral, ainsi que les petites îles, atteindront les limites de leur capacité d'adaptation. À ceci s'ajoute l'intensification des cyclones les plus forts générant des rafales de vent et des vagues de plus en plus puissantes. À l'horizon 2050, environ un milliard de personnes pourraient vivre dans des zones côtières à risque.



Les événements extrêmes affectent également la santé et le bien-être des humains, ainsi que des espèces animales et végétales, dans toutes les régions du monde. Le nombre de maladies et la mortalité risque d'augmenter considérablement en raison de conditions météorologiques et de vagues de chaleur plus extrêmes, ainsi que de l'émergence et la propagation de (nouvelles) maladies. Avec un réchauffement de +1,5°C en 2100, les experts du GIEC estiment qu'un enfant âgé de 10 ans ou moins en 2020 subira près de quatre fois plus d'événements extrêmes d'ici la fin du siècle, voire cinq fois plus si un réchauffement de +3°C est atteint. En Europe, deux à trois fois plus de personnes seront exposées au stress thermique si l'on atteint 3°C de réchauffement, comparé à 1,5°C, où même un tiers de la population serait touché par le stress thermique.

Tous ces effets des aléas climatiques et leurs conséquences en combinaison avec des facteurs socio-économiques et géopolitiques sont souvent à l'origine de déplacements involontaires. Ces mouvements de populations ont généralement lieu à l'intérieur d'un même pays, ou se produisent principalement entre des pays aux frontières contiguës.

De plus, des conséquences économiques sont également ressenties. Par exemple, les chaînes d'approvisionnement et les réseaux de transport sont et seront affectés, ainsi la croissance économique sera freinée. Ne pas oublier les inondations historiques au Luxembourg et en Europe de l'Ouest l'année dernière qui ont entraîné d'importantes conséquences économiques.



« Les chaînes d’approvisionnement et les réseaux de transport sont et seront affectés. »

Les limites d’adaptation

Si le réchauffement se poursuit, non seulement les risques augmenteront, mais les limites des possibilités d’adaptation seront également atteintes. Or, certains impacts seront inévitables. À l’heure actuelle, le GIEC note que « la plupart des mesures d’adaptation sont fragmentées, à petite échelle, progressives, adaptées aux impacts actuels et aux risques à court terme et focalisées davantage sur la planification que sur la mise en œuvre ».

Selon les experts, l’adaptation face au changement climatique devrait être mise en place le plus rapidement possible et se faire via différents canaux, notamment la restauration des écosystèmes ou encore l’adaptation des villes. Par exemple, en restaurant et protégeant 30 à 50% des écosystèmes,

ainsi qu’en promouvant des bâtiments écologiques tout comme les transports durables, un « développement résilient au changement climatique » devient possible. Cependant, d’autres changements sociaux fondamentaux sont nécessaires. Toutefois, les progrès sont inégaux et des écarts se creusent entre l’action engagée et ce qui est nécessaire. Sur la base de l’équité et de la justice, ce développement nécessite l’implication de tous : les décideurs politiques, les entreprises, la société civile...

Plus globalement, selon le rapport, tout n’est pas perdu, mais il faut accentuer le combat. Notre société tient son avenir climatique entre ses mains et il est essentiel d’accélérer le développement des mécanismes d’adaptation aux impacts. Les conclusions de ce second rapport résonnent fortement à la lumière des événements climatiques et sanitaires de ces derniers mois. Les impacts sur l’environnement et les humains ne sont plus à prouver, mais les impacts économiques ne devraient pas être négligés et pourraient être l’élément déclencheur d’actions plus importantes et rapides. —

01. 02. 03. Les sécheresses, les inondations et les vagues de chaleur ont tendances à se multiplier et à s’intensifier, entraînant déjà des impacts irréversibles, car les systèmes naturels et humains ne peuvent pas s’adapter assez rapidement à cette nouvelle donne de l’environnement.

04. Les bâtiments construits selon de nouvelles normes et éco-conçus pour une meilleure gestion de la température font partie de la solution.

« Les impacts économiques ne devraient pas être négligés et pourraient être l’élément déclencheur d’actions plus importantes et rapides. »

— ÉCO-INNOVATION —

Une occasion à saisir pour le Luxembourg

TEXTE Sidonie Paris, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Laurent Antonelli /Agence Blitz et Zero-1

01. Le workshop participatif organisé le 25 février dernier par la Chambre de Commerce sur le thème de l'écosystème luxembourgeois des éco-innovations a remporté un vif succès auprès du monde économique, politique et de la recherche.



Le 25 février 2022 s'est tenue la première édition du **Workshop Compétitivité de la Chambre de Commerce, dédié à l'innovation environnementale (ou éco-innovation)**. Lieu d'échange et de réflexion sur la stratégie du Luxembourg en matière de compétitivité, et rendez-vous amené à être récurrent, le Workshop a réuni acteurs publics, entreprises, experts et réseaux professionnels autour de deux thématiques phares : « Mettre l'éco-innovateur au cœur de l'écosystème d'innovation durable » et « L'éco-innovation, enjeu transversal en quête d'une stratégie nationale ? ». Le Workshop a ainsi permis de faire émerger des pistes concrètes d'amélioration de l'écosystème luxembourgeois d'éco-innovation et de partager les différentes visions d'une stratégie visant à faire du Luxembourg un pays leader des technologies environnementales.

Le thème retenu, l'éco-innovation, est un élément majeur de compétitivité dans un contexte de refonte des modes de production, de diversification de l'économie et de différenciation technologique. La croissance du secteur des éco-innovations est une opportunité unique pour atteindre l'ambition du Luxembourg de devenir un laboratoire de la transition écologique et progresser vers une économie verte, innovante et résiliente. À l'échelle de la planète, l'augmentation des budgets qui y sont alloués et les stratégies mises en place reflètent l'importance croissante du sujet. Selon le ministère fédéral allemand de l'Environnement, le chiffre d'affaires mondial des secteurs des technologies environnementales et de l'efficacité des ressources devrait plus que doubler en l'espace de 10 ans, passant de

4.630 milliards d'euros aujourd'hui, à 9.700 d'ici 2030. À l'échelle européenne, le Pacte vert pour l'Europe vise à faire du continent européen le premier au monde à être climatiquement neutre à l'horizon 2050. Avec un budget de 1.000 milliards d'euros sur 10 ans, il ambitionne notamment de stimuler les innovations environnementales et de développer de nouveaux produits plus respectueux de l'environnement. Il s'agit donc pour le Luxembourg de saisir les opportunités créées par la transition énergétique et de mettre en place des améliorations tangibles de son écosystème d'éco-innovation.

Selon les statistiques regroupées par la Chambre de Commerce en amont du Workshop, le Luxembourg figurait en tête du classement européen *Eco-innovation Index* en 2021. Le pays est bien au-dessus de la moyenne européenne sur les indicateurs macro-économiques, alors qu'il accuse un retard sur certains indicateurs plus concrets de l'éco-innovation. Ses points forts incluent la couverture médiatique, les publications universitaires liées à l'éco-innovation, ainsi que l'efficacité de l'utilisation des ressources, ou encore la part des emplois de l'éco-industrie et de l'économie circulaire parmi l'ensemble des emplois du pays. Toutefois, sa marge d'amélioration est importante dans des domaines tels que les activités d'éco-innovation¹, les dépenses publiques de R&D dans le domaine de l'environnement et de l'énergie, ainsi que le nombre d'organisations certifiées par million d'habitants.

«L'éco-innovation, peut constituer un élément majeur de compétitivité dans un contexte de refonte des modes de production, de diversification de l'économie et de différenciation technologique.»

8 propositions phare issues du Workshop Compétitivité sur l'Éco-innovation

Le Workshop Compétitivité est un lieu d'échange entre les entreprises, les ministères, les organismes de recherche et développement, qui a vocation à permettre l'identification de points concrets d'amélioration en faveur de la compétitivité du pays. Les



02

participants à cette première édition ont ainsi évoqué certaines difficultés rencontrées et proposé des axes d'amélioration pour y remédier se déclinant en huit propositions phares.

1. Il ressort des échanges entre participants le besoin de construire un démonstrateur national des éco-technologies émergentes. Ce lieu d'expérimentation commun, accessible à tous les acteurs économiques et de la recherche, permettrait de tester de nouveaux produits et des technologies émergentes, en vue de positionner le Luxembourg comme pays pionnier pour des technologies spécifiques. Un tel démonstrateur, qui pourrait prendre la forme d'un partenariat public-privé-recherche, est indispensable pour offrir aux acteurs, notamment industriels, la possibilité d'expérimenter la viabilité de leurs idées innovantes les plus disruptives.

2. Une proposition complémentaire serait de réaliser une cartographie à 360° de l'écosystème et des compétences d'éco-innovation. Un état des lieux général - comprenant l'ensemble des acteurs, les projets existants (à tous les stades de leur cycle de développement), les dispositifs de financement, les programmes de recherche, les compétences existantes sur le marché ou encore les besoins des entreprises - permettrait d'informer les acteurs de l'éco-innovation et de cibler les besoins pour, dans un second temps, identifier et se concentrer sur les projets pertinents pour le Luxembourg. Le thème des talents, ceux que les entreprises peinent à trouver aujourd'hui et ceux dont elles auront besoin à un horizon de cinq ans, a été mis en exergue. Adapter l'offre de formation aux besoins de l'économie prend du temps et requiert la mise en place d'une stratégie d'*up-skilling* et de *re-skilling*, permettant d'accélérer la transition sur base des compétences adéquates.

3. Adopter une approche centrée sur les missions permettrait de stimuler les solutions éco-innovantes individuelles et collaboratives en se concentrant sur la création de transformations intersectorielles sur des priorités ciblées. Les politiques axées sur les missions pourraient partir des défis dressés par les stratégies luxembourgeoises en matière d'environnement et développer des dispositifs en ligne avec ces stratégies à destination des acteurs économiques. Ainsi, des appels à projets communs entre les différents ministères concernés, les centres de recherche, le Fonds National de la Recherche et Luxinnovation, pourraient être mis en place. Dans ce cadre, l'organisation de concours thématiques serait à même d'encourager les acteurs économiques, grandes entreprises, PME et startups à proposer des solutions prometteuses aux missions préalablement définies. De plus, des ateliers d'innovation inspirés des hackathons pourraient utilement renforcer les coopérations entre entreprises et instituts de recherche, vectrices de nouvelles idées.

4. Concevoir les vitrines des technologies environnementales luxembourgeoises dans le but de promouvoir le développement des entreprises éco-innovantes à l'international et de positionner le Luxembourg comme un *hub* de technologies innovantes apparaît également opportun. La création d'une image de marque du pays dans le domaine des technologies environnementales pourrait se faire via la promotion du «*made in Luxembourg*» et l'organisation régulière de conférences internationales à forte visibilité sur le sujet.

1. Les activités d'éco-innovation visent à développer des produits et services nouveaux ou améliorés sur le plan environnemental, à modifier les modèles d'entreprise et à introduire l'éco-gestion dans les entreprises ou les organisations.



03



04

5. Les participants au Workshop ont également mis en avant l'importance de mettre l'ensemble des acteurs de l'éco-innovation autour de la table afin de dynamiser les projets éco-innovants. L'idée serait dès lors de créer un « Conseil stratégique éco-innovation » qui rassemblerait de manière régulière les organisations et administrations publiques, les entreprises et les centres de recherche, afin de faire émerger de nouveaux domaines éco-innovants et de soutenir les initiatives en cours. Une approche *bottom-up* permettrait, à l'échelle nationale, d'identifier les besoins concrets des entreprises au moyen d'enquêtes et, au niveau international, de réaliser des *benchmarks* sur des thèmes de recherche et d'innovation de technologies environnementales observées dans les pays les plus avancés pour déterminer les possibles futures feuilles de route et priorités du Luxembourg.
6. Par ailleurs, le triptyque rencontre-sensibilisation-communication s'avère déterminant pour les entreprises, dont les projets éco-innovants pourraient se nourrir les uns des autres au sein d'un club des éco-innovateurs. L'accès à l'information des entreprises pourrait se faire via des événements participatifs et pédagogiques de type petit-déjeuner, colloque d'une demi-journée ou réunion mensuelle, organisés autour de l'intervention d'un expert luxembourgeois ou étranger. Il ressort des échanges menés que la taille de l'entreprise joue un rôle déterminant dans l'accès à la mise en œuvre de projets éco-innovants, les petites entreprises disposant le plus souvent de ressources limitées. Afin de démocratiser l'innovation environnementale, le club se caractériserait par une forte ouverture sur les PME et les startups.
7. Les échanges ont également mis en avant l'importance de consolider la place de l'État (et par là même, des communes) comme précurseur des technologies innovantes, dans le soutien aux éco-innovateurs et à la demande de produits et services éco-innovants. Une proposition phare consiste à agir sur la demande via les marchés publics comprenant des critères en matière d'innovation environnementale et ainsi renforcer l'effet de levier. Cela pourrait se faire via un centre de compétences national dédié à la commande publique éco-innovante. L'organisation de concours technologiques en amont des projets, invitant les entreprises intéressées à proposer des solutions éco-innovantes avant et pendant la phase de planification, est également une piste à explorer.
8. Les entreprises participantes ont souligné leur manque d'information sur leur consommation d'énergie et leur besoin de bénéficier d'un suivi de leurs données environnementales. Une idée phare pour y répondre, et couvrir le besoin d'un maximum d'acteurs économiques (en l'absence de masse critique de l'économie du Luxembourg), est la mise en place d'un projet pilote transversal sur le suivi des données.
- La Chambre de Commerce se félicite de l'enthousiasme suscité par cette première édition du Workshop Compétitivité et souhaite remercier une nouvelle fois les participants pour leur participation active et leur intérêt. Cet événement, qui se tiendra dorénavant à intervalle régulier, initie un long travail de réflexion et d'échanges avec les entreprises, acteurs publics et institutionnels dans une démarche de collaboration active. —

02. 03. 04. Les acteurs de l'éco-innovation au Luxembourg, incluent des entreprises (ici la technologie Lifi développée par la startup Zero-1, photo 2) ou des lieux de démonstrations (ici le pôle d'innovation Neobuild consacré à la construction durable, photos 3 et 4).

« Le pays est bien au-dessus de la moyenne européenne sur les indicateurs macroéconomiques, alors qu'il accuse un retard sur certains indicateurs plus concrets de l'éco-innovation. »

VOTRE ACTIVITÉ EST IMPACTÉE ET FRAGILISÉE PAR LES SANCTIONS ?



(+352) 42 39 39 - 338



SANCTIONS@CC.LU



DIFFICULTÉS D'APPROVISIONNEMENT,
FERMETURES DES ESPACES AÉRIENS,
RESTRICTIONS FINANCIÈRES, EXPORTATIONS BLOQUÉES,
HAUSSE DES PRIX DE L'ÉNERGIE...

COMMENT FAIRE FACE AUX SANCTIONS IMPOSÉES À LA RUSSIE
PAR L'UNION EUROPÉENNE ET SES PARTENAIRES ?

La Chambre de Commerce est à l'écoute
et accompagne les entreprises ayant des relations
commerciales ou des flux d'affaires avec la Russie.

**CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG**

GO INTERNATIONAL

SUIVEZ-NOUS :      @CCLUXEMBOURG

WWW.CC.LU

— COHÉSION SOCIALE —

Un regard sur le parcours d'intégration

TEXTE Jean-Baptiste Nivet, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTO Eric Elter / Unsplash

« Le ministère de la Famille, de l'Intégration et à la Grande Région a décidé de repenser et de redessiner la politique du vivre ensemble au niveau national. »

Le parcours d'intégration revêt un caractère essentiel au Luxembourg, près de la moitié de la population résidente étant née à l'extérieur du pays et 20% des personnes nées au Grand-Duché ayant au moins un parent étranger, ce qui en fait le pays de l'OCDE avec la plus forte population immigrée. Dès lors, la sortie, à l'automne dernier, d'une étude de l'OCDE consacrée à l'écosystème luxembourgeois d'intégration était fortement attendue. Cette analyse esquisse un portrait sans concession d'un parcours d'intégration qui peut manifestement mieux faire.

L'intégration des populations étrangères est un sujet essentiel pour la société et l'économie luxembourgeoises. Selon les chiffres du STATEC, au 3^e trimestre 2021, l'emploi salarié était constitué à 27,3% de résidents étrangers et à 46,4% de frontaliers, contre 26,4% de résidents luxembourgeois. L'intégration fait d'autant plus partie de l'actualité de ce printemps 2022 que l'on assiste à une importante arrivée d'immigrés en provenance d'Ukraine, à la suite de la dramatique invasion de ce pays par la Russie, et l'absolue nécessité de solidarité avec cette population.

Le ministère de la Famille, de l'Intégration et à la Grande Région a décidé de repenser et de redessiner la politique du vivre ensemble au niveau national, dans le cadre d'une révision de la loi d'intégration du 16 décembre 2008. Ainsi, il entend s'appuyer sur une étude commandée à l'Organisation de Coopération et Développement Économique (OCDE), parue sous le titre « *Vers un parcours d'intégration réussi - Le fonctionnement du système d'intégration et ses acteurs au Grand-Duché de Luxembourg* ».

L'écosystème d'intégration et sa vaste galaxie d'acteurs

L'écosystème d'intégration luxembourgeois regroupe de nombreux acteurs publics et

associatifs, engagés en faveur de deux axes d'action : l'accueil et l'accompagnement social des demandeurs de protection internationale d'une part et l'intégration de tous les étrangers résidant sur le territoire d'autre part. Le ministère de la Famille, de l'Intégration et à la Grande Région est au cœur du dispositif, participant à l'élaboration des lois, supervisant les différents outils de la politique d'intégration et établissant le plan d'action national pluriannuel d'intégration, le dernier datant de 2018. Le Comité interministériel à l'intégration, qu'il préside, regroupe des représentants de treize ministères, de l'ADEM et de l'Office national de l'accueil (ONA). Depuis 2020, il comprend également le Conseil national pour Étrangers et les cinq associations sans but lucratif conventionnées par l'État : CEFIS, ASTI, CLAE, Caritas et Croix-Rouge. Ce comité a pour tâches principales l'évaluation, la validation et le suivi des projets pilotes d'intégration.

Le ministère des Affaires étrangères et européennes, qui prend en charge l'accueil des demandeurs d'asile, et le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse, qui est responsable de l'organisation des cours de langue des programmes d'intégration, sont aussi en première ligne. Enfin, une partie importante des actions en faveur de l'intégration est effectuée au

La bonne intégration des étrangers est cruciale pour le Luxembourg dont l'avenir économique repose en très grande partie sur une main d'œuvre étrangère de plus en plus nombreuses et nécessaires.

« L'OCDE relève une grande marge d'amélioration dans les programmes d'apprentissage des langues destinés aux immigrants. »

niveau communal, les municipalités disposant pour cette tâche de l'appui du Groupe d'échange et de soutien en matière d'intégration au niveau local (GRESIL).

Dans son étude, l'OCDE regrette la faible implication des partenaires sociaux sur ces sujets, eux qui sont présents uniquement au sein du Conseil national pour Étrangers. Par ailleurs, l'organisation internationale met en exergue le besoin d'une plus forte coordination entre les acteurs, alors que certains pays ont créé des guichets uniques, qui permettent de renforcer la coopération entre les différents organismes publics impliqués dans le domaine de l'intégration, tout en facilitant le parcours des immigrants.

Au cœur de l'intégration, les langues

Le parcours d'intégration comporte de nombreuses composantes, dont les principales sont l'accès à l'emploi, à l'éducation et au logement. Toutefois, un sujet ressort plus particulièrement du rapport « *Vers un parcours d'intégration réussi* », qui affecte quasiment tous les autres volets : l'apprentissage des langues. Si ce sujet est primordial pour tous les pays d'accueil, l'OCDE relève le particularisme luxembourgeois pour lequel « *contrairement à d'autres pays plurilingues comme la Belgique, la Suisse ou le Canada, où la pratique de la langue est régionale, au Luxembourg chacune des trois langues officielles a une utilité dans un contexte particulier.* »

Or, l'OCDE relève dans ce domaine une grande marge d'amélioration. En effet, le Luxembourg propose pour l'instant un nombre d'heures d'apprentissage limité : trois séances pour maîtriser les 100 mots luxembourgeois les plus courants au quotidien et 120 heures de français par exemple pour les réfugiés. Le Grand-Duché n'impose pas d'évaluation, ni de niveau à atteindre,



ce qui fait que les compétences en langues acquises par les réfugiés peuvent se révéler insuffisantes pour suivre les formations de l'ADEM et s'insérer sur le marché de l'emploi. Le Danemark et la Finlande font, à ce titre, figures de bons élèves. Les immigrants y sont évalués individuellement et sont orientés vers des parcours d'apprentissage adaptés à leur niveau de langue et à leur formation initiale. Les deux pays organisent l'apprentissage en modules successifs avec des objectifs d'apprentissage de plus en plus avancés.

L'intégration sur le temps long

Le Luxembourg se différencie aussi en ce qui concerne l'acquisition de la nationalité. Bien que la naturalisation ait été facilitée ces dernières années, notamment depuis 2017 en matière d'obtention de la nationalité après naissance dans le pays, seul un immigré sur cinq présent depuis au moins 10 ans au Luxembourg a adopté la nationalité luxembourgeoise. En comparaison, ce pourcentage atteint plus de 50 % en moyenne pour les pays de l'Union européenne. Il est à noter que la naturalisation est un signal fort d'engagement pour les employeurs et que l'obtention de la nationalité du pays d'accueil facilite le recrutement par les entreprises.

L'intégration sur le temps long peut prendre d'autres formes, qu'ils seraient utiles d'améliorer dans les années à venir. Malgré les nombreuses initiatives et autres événements encourageant les échanges interculturels, tels que le Festival des migrations, des cultures et de la citoyenneté ou les séances de bienvenue pour les nouveaux arrivants immigrants organisées par certaines associations de quartiers, les natifs ne déclarent pas plus fréquemment que dans les pays frontaliers avoir interagi au moins une fois par semaine avec des immigrants dans leur quartier ou sur leur lieu de travail. En ce qui concerne les travailleurs frontaliers étrangers qui, d'après l'Inspection Générale de la Sécurité sociale (IGSS), travaillent au Luxembourg depuis au moins 10 ans pour 61 % d'entre eux, ils ne sont pas pris en compte dans la politique d'intégration du pays sauf par leur ajout récent au sein du Conseil National pour Étrangers.

Les attentes sont ainsi grandes en ce qui concerne le futur projet de loi sur l'intégration, qui devra combler les manques observés par l'OCDE. En effet, cette loi aura une influence non négligeable sur la cohésion sociale et la prospérité économique du pays dans les années futures. —

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

Tourisme



Douce reprise dans le secteur du tourisme en 2021.

Le tourisme a commencé à retrouver quelques couleurs en 2021 suite à l'assouplissement de certaines restrictions sanitaires et de voyage dans l'Union européenne. Si, au Luxembourg, le secteur a pu souffler l'an dernier avec une hausse de 11% des nuitées par rapport à 2020, ce nombre apparaît toutefois en recul de 40,9% par rapport à 2019, comme l'indique EUROSTAT. L'an dernier, 1,8 milliard de nuitées ont été enregistrées en hébergement touristique dans l'UE, soit une hausse de 27% par rapport à 2020, mais une baisse de 37% par rapport à 2019. —

Luxembourg



Le Luxembourg, 6^e pays le plus heureux au monde.

Selon le *World Happiness Report 2022* publié par le Réseau des solutions pour le développement durable des Nations unies, le Luxembourg arrive à la 6^e place sur 146 du classement des pays où les habitants sont les plus heureux. Cette bonne place est principalement due aux bonnes performances économiques du pays. La Finlande est le pays le plus heureux depuis 5 années consécutives. Le score de bonheur comprend un croisement de différents indicateurs socio-économiques, à savoir le PIB par habitant, le fait de pouvoir compter sur un soutien social, l'espérance de vie en bonne santé à la naissance, la générosité des individus, la liberté de faire des choix de vie, la perception de la corruption, ou encore le ressenti de sentiments positifs et négatifs, tout en tenant compte des impacts de la crise de la Covid19. —

Digitalisation



Simplification administrative.

Le Ministère de la Digitalisation a lancé il y a peu la plateforme participative *Zesumme vereinfachen*, qui entend aboutir à la simplification des démarches administratives de l'État luxembourgeois, afin de répondre au mieux aux besoins des citoyens et des entreprises, en les impliquant directement dans le processus de réflexion. Ces derniers sont ainsi mis à contribution et peuvent participer activement à concevoir les démarches en ligne de demain, notamment en y proposant leurs idées et en réagissant à celles d'autres contributeurs. —

International



Les chaînes d'approvisionnement mondiales toujours sous pression.

Depuis l'irruption de la pandémie de Covid19 début 2020, les chaînes d'approvisionnement mondiales sont sous pression, indique le *Global Supply Chain Pressure Index*. De nombreuses entreprises sont entravées dans leur production et ne peuvent plus remplir pleinement leurs obligations de livraison. À l'heure actuelle, la guerre en Ukraine et ses conséquences associées, dont les sanctions économiques et le blocage de certaines voies de transport, exacerbent ces problèmes, surtout en Europe, et font grimper l'indice des prix à la consommation. Ainsi, la diversification des chaînes d'approvisionnement devient plus que jamais urgente. —

Inflation



Point critique.

Le taux d'inflation annuel de l'indice des prix à la consommation national (IPCN) s'étant élevé à 6,1% pour le mois de mars, une nouvelle indexation a été déclenchée au 1^{er} avril 2022. Après celle d'octobre 2021, elle constitue la deuxième indexation des salaires en l'espace de six mois. Le salaire social minimum qualifié est passé à 2.776,05 euros bruts par mois, mais la compétitivité du Luxembourg vis-à-vis de ses voisins s'en verra affectée. C'est pourquoi le prochain index (initialement prévu en août) sera reporté à avril 2023 et remplacé par une compensation de l'État pour les salaires allant jusqu'à 100.000€ par an pour la période concernée, pesant ainsi moins sur les entreprises, tout en maintenant le pouvoir d'achat des particuliers. —

Logement



Les prix du logement ont grimpé de 12% au 4^e trimestre 2021.

Selon le STATEC, au 4^e trimestre 2021, les prix des logements ont augmenté de 12% par rapport au 4^e trimestre 2020, avec en moyenne +13,3% pour les appartements anciens, +10,5% pour les appartements neufs, et +12,5% pour les maisons anciennes. Le volume de transactions a, pour sa part, chuté, en particulier pour les appartements neufs, avec -23,2%. Aussi, la hausse annuelle moyenne de +13,9% sur toute l'année 2021, est moins importante que celle constatée en 2020, qui était de +14,5%, mais encore supérieure à celle de 2019 (+10,1%). Le prix moyen dans tout le pays en 2021 s'élevait à 8.105€/m² pour les appartements existants, et 8.902€/m² pour ceux en construction. —

Business (News) as usual.

LUXEMBOURG TIMES

Régie.lu, c'est aussi Luxembourg Times, la marque **des expatriés**
et **des décideurs anglophones** du pays, qui touche 63% d'entre eux.



SCANNEZ POUR
EN SAVOIR PLUS

A decorative graphic on the left side of the page, featuring a curved dotted line and a solid line. Along the dotted line, there are three red circular icons: the top one contains the Union Jack flag, the middle one contains a newspaper icon, and the bottom one is a small white circle with a red dot. The text 'regie.lu' is positioned to the right of this graphic.

regie.lu

Show and tell

« La crise de la Covid a permis d'accélérer la digitalisation de l'économie tandis que la crise géopolitique permet à l'Union européenne de se renforcer. »



01



02



03



04

01. 02. 03. 04. Les principaux orateurs de la journée de l'économie, Carlo Thelen (1), Franz Fayot (2), Adam Tooze (3) et Patrick Zylberman (4) ont tous souligné le caractère inéluctable des crises et la nécessité de s'y préparer et d'y voir des opportunités.

— JOURNÉE DE L'ÉCONOMIE —

Une crise peut en cacher une autre

TEXTE Nicolas Lieb Gott, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTOS Nicolas Decaritat

Le 29 mars, la 15^e édition de la Journée de l'Économie a réuni un panel d'experts dans les locaux de la Chambre de Commerce autour de la question « Comment anticiper les futures crises ? ». L'événement, co-organisé par la FEDIL, PwC, le ministère de l'Économie et la Chambre de Commerce, a accueilli près de 160 participants.

Dès son discours introductif, Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, a fait le lien entre la crise de la Covid et la crise géopolitique actuelle. Après avoir rappelé que l'économie sort à peine de deux ans de crise sanitaire, il s'est inquiété des nouveaux défis auxquels l'économie luxembourgeoise devra faire face avec la

guerre en Ukraine : tensions sur les chaînes d'approvisionnement mondiales, volatilité et forte hausse des prix de l'énergie, risque de stagflation. S'il a indiqué sa confiance dans la résilience du pays, il a toutefois rappelé la nécessité de se préparer au mieux aux turbulences à venir et de progresser vers un modèle d'économie circulaire.

Nommé ministre de l'Économie peu avant le début de la crise sanitaire, Franz Fayot a indiqué que le phénomène de crise « est la nouvelle normalité ». Selon lui, les deux crises étaient prévisibles, mais leur survenance exacte dans le temps était inconnue. Le ministre a choisi de retenir des crises qu'elles permettent de tracer de nouveaux possibles. La crise de la Covid a permis d'accélérer la digitalisation de l'économie tandis que la crise géopolitique permet à l'Union européenne de se renforcer et prouve la nécessité d'accélérer la décarbonation des économies pour être moins dépendantes de pays ne partageant pas les mêmes valeurs fondamentales.

Adam Tooze, économiste, professeur d'histoire et directeur de l'Institut Européen de l'Université Columbia a emprunté dès le début de son argumentaire le terme de « polycrise » à Jean-Claude Juncker afin de caractériser les crises dans un monde de plus en plus globalisé. Le professeur a tenté

ensuite un parallèle entre la crise de 2008, la crise sanitaire et la crise ukrainienne. Un des principaux traits de ces crises est l'incapacité des sociétés occidentales à imaginer que le pire puisse arriver. D'après lui, il est en effet difficile d'anticiper les risques induits par une crise tant que celle-ci ne nous touche pas directement, ce qui explique l'impréparation aux scénarios de crise.

Quant à Patrick Zylberman, professeur d'histoire de la santé à l'École des Hautes Études en Santé Publique de Paris, il a retracé les différentes réponses aux crises sanitaires dans l'histoire. D'après lui, si les crises sanitaires sont difficilement prévisibles actuellement, cela s'explique par le fait que les sociétés occidentales sont passées d'une logique de prévention à une logique de *preparedness*. Il ne s'agit donc plus tant de mettre en place des systèmes de prévention face à des risques probables que de mettre au point des réponses adaptées aux pires menaces imaginées.

Au fil de la journée, différentes tables rondes faisant intervenir des personnalités de l'économie luxembourgeoise ont permis de montrer la manière dont les entreprises et fédérations ont dû s'adapter au climat de crise durant ces deux dernières années. Les mots clés résumant ces témoignages sont résilience et agilité. —



Cathy

bientôt apprentie
chez Loïc



L'apprentissage,
pour avancer
ensemble !

Loïc

serveur
depuis 6 ans



Une initiative de

CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

L'apprentissage dans le commerce, les services, l'Horeca ou l'industrie offre des perspectives d'avenir aux jeunes talents, tout en renforçant la compétitivité des entreprises formatrices.
Apprentis bien formés = futurs collaborateurs qualifiés.

www.winwin.lu

Suis-nous   

In a nutshell

Ukraine et Russie : deux producteurs et exportateurs clés de matières premières stratégiques

Alimentation - l'Ukraine et la Russie fournissent 55,4 millions de tonnes de blé

L'Ukraine et la Russie, connus comme le "grenier du monde", assurent 30% des exportations mondiales de blé, équivalant à 55,4 millions de tonnes en 2020. La Russie est le 1^{er} exportateur mondial de blé, et l'Ukraine le 5^e.

« La guerre en Ukraine [...] a attiré l'attention sur l'importance des échanges de biens et de services avec le Luxembourg. [...] Les relations économiques du Grand-Duché avec la Russie ne sont pas très importantes en termes de valeur [...] avec 1,7 % des exportations et 1,1 % des importations. »

Robert Michaux, économiste/statisticien,
Unité Balance des paiements,
STATEC (06.04.2022)

Microprocesseurs - près de 50% de l'approvisionnement mondial de néon provient de deux fournisseurs ukrainiens

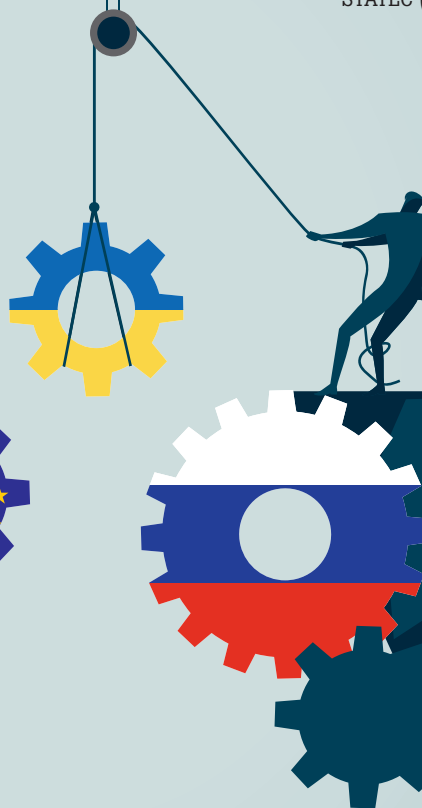
L'Ukraine et la Russie sont des fournisseurs clés de palladium et de gaz purifiés tels que le néon, essentiels à la fabrication de microprocesseurs. Le palladium produit en Russie représente environ 40% de la production mondiale, et l'Ukraine produit 70% de l'approvisionnement mondial en néon.

Énergie - près de 41% des importations de gaz naturel de l'Union européenne (UE) proviennent de Russie

La Russie est le 1^{er} exportateur mondial de gaz (239 milliards de m³ en 2020), et le principal fournisseur d'énergie de l'UE, avec près de 50% des combustibles solides (bois, charbon, etc.), 41% du gaz et 27% du pétrole. Le Grand-Duché importe 27,2% de gaz et 6,2% de combustibles solides russes.

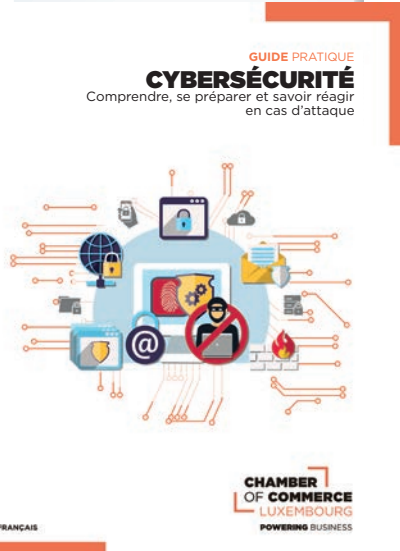
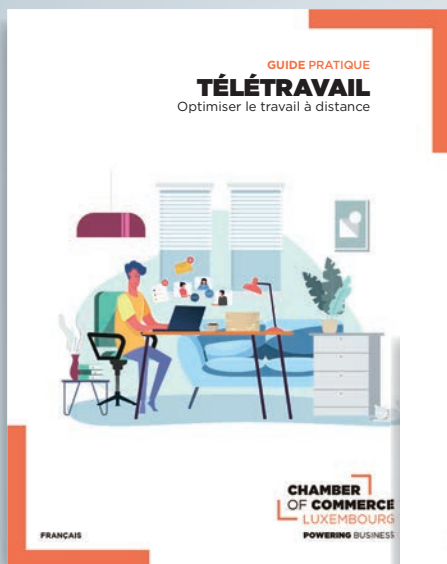
Métaux (rares) - près de 40% du palladium mondial, primordial au secteur automobile, provient de Russie

Les deux pays sont des leaders mondiaux dans la production et l'exportation de métaux comme le palladium, le nickel ou l'aluminium. La Russie fournit environ 10% du nickel mondial, crucial pour la production de batteries, et 40% du palladium, indispensable à l'industrie automobile. De plus, elle fait partie du top 3 des producteurs mondiaux d'or.



NOS GUIDES PRATIQUES PROPOSENT

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



SCANNEZ-MOI



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

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

SUIVEZ-NOUS : @CCLUXEMBOURG

WWW.CC.LU

CHAMBER
OF COMMERCE
LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

Ideas to shape the future

— AVIS ANNUEL D'IDEA —

D'une crise à l'autre: pour une vision globale et... modeste

TEXTE Muriel Bouchet, Fondation Idea

PHOTO Markus Winkler/Unsplash

Le monde a été littéralement assailli par les crises ces dernières années. Il est actuellement toujours en prise, malgré les récents assouplissements, avec la crise sanitaire. S'y ajoute depuis le 24 février une crise géopolitique et énergétique – avec le risque que ces regrettables événements prennent à terme un tour alimentaire. Le tout sur la toile de fond de crises, certes plus lancinantes mais tout aussi redoutables, à savoir la crise sociale, la crise de la représentation démocratique ou la crise écologique. Sans compter les vulnérabilités économiques et financières de même que l'accélération technologique (numérique, intelligence artificielle, etc.). Cette liste n'est certainement pas limitative...

La nature éminemment internationale de chacune de ces crises, sans la moindre exception, est extrêmement frappante. La crise économique et sociale peut certes être abordée à une échelle nationale, ce qui au demeurant a été accompli avec un certain succès au Luxembourg dans le contexte de la crise sanitaire – au moyen notamment de mesures d'urgence en faveur des ménages et des entreprises. Toujours sous la pression de la nécessité, les initiatives nationales se sont cependant en parallèle accompagnées d'une coordination européenne accrue, comme l'atteste spectaculairement le plan de relance *NextGenerationEU* assorti de nouveaux mécanismes d'endettement commun.

La dimension internationale est plus apparente encore à l'aune des autres crises: la crise COVID a affecté les cinq continents et requiert, c'est une question de vie ou de mort pour des millions d'individus, une stratégie de vaccination globale. La crise géopolitique est loin de se cantonner à l'Europe, son ombre lugubre portant jusqu'à Taïwan. La catastrophe (irréversible?) climatique et énergétique ne sera évitée que si toutes les nations du globe raisonnent et surtout agissent à

l'échelle globale, en mettant entre parenthèses leurs intérêts immédiats. Jamais la nécessité impérieuse d'une telle dimension globale ne s'est affirmée avec une telle évidence. Elle impose un «saut quantique» en matière de construction européenne (on s'éloigne résolument d'une Europe se résumant à un «grand marché») et plus généralement une meilleure gouvernance mondiale. «*Honest broker*» par excellence, le Luxembourg a un important rôle à jouer en la matière, comme l'a illustré bien des fois son histoire.

La dimension internationale doit donner le ton à tous les niveaux et, par ailleurs, l'impératif catégorique de «modestie» s'impose plus que jamais. De multiples crises s'additionnent, se chevauchent, se renforcent mutuellement et interagissent selon un processus «non linéaire». Il en résulte des évolutions à court ou moyen termes particulièrement difficiles à appréhender et davantage encore à interpréter. Tout expert ou analyste doit faire preuve d'une modestie à toute épreuve dans un tel environnement, un «diagnostic» un peu trop péremptoire pouvant s'avérer complètement dépassé dès la lecture des journaux du lendemain. De surcroît, les répercussions de mauvaises

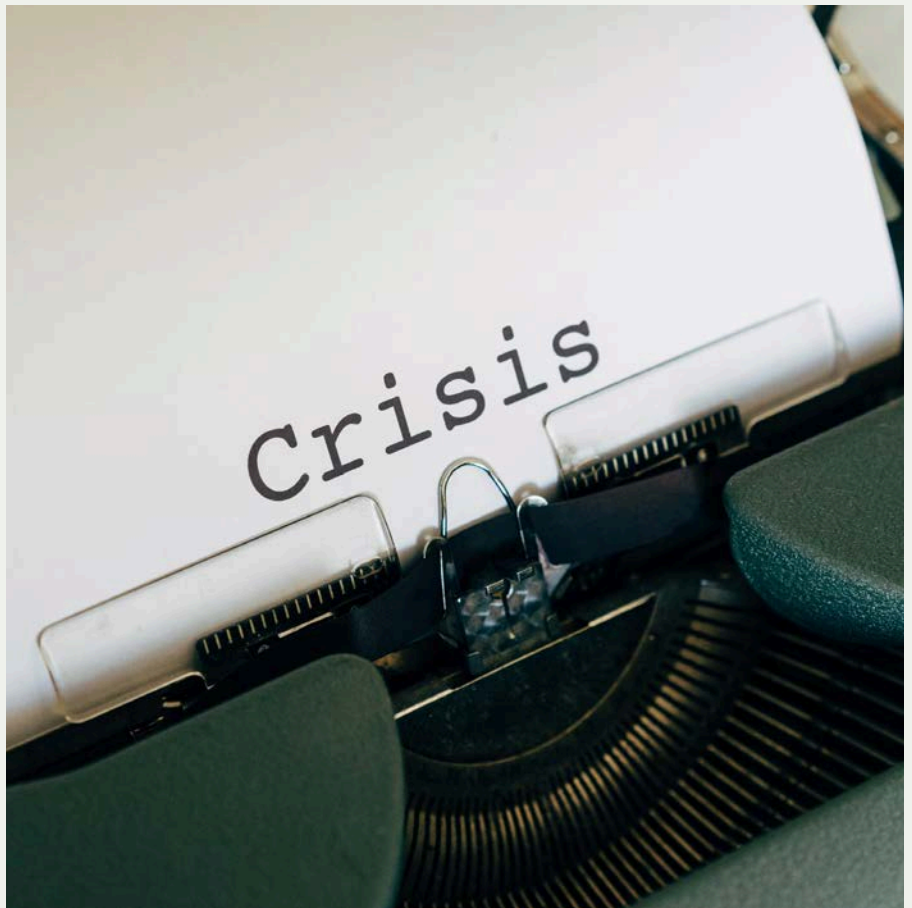
décisions, guidées par des analyses trop idéologiques et parcellaires, peuvent devenir explosives dans un inextricable écheveau de crises. Ce contexte inusité oblige à réfléchir en profondeur, à prendre du recul en toutes circonstances, alors que les événements qui surviennent quotidiennement tendent plutôt à «scotcher» les citoyens à leurs smartphones et à les enfermer dans des tours d'ivoire algorithmées. À rebours de la multiplication de Tweets incessants – sans parler des «*fake news*», impardonnables dans un contexte déjà fort instable. Il importe de ne pas rajouter de l'inexactitude à l'incertitude.

L'évocation de crises multidimensionnelles ne doit pas nécessairement inciter au pessimisme le plus abyssal. La multiplication d'événements qui s'entrechoquent de manière souvent désordonnée, est à proprement parler vertigineuse ou même nauséuse. À l'inverse, il se pourrait que ces multiples crises ne soient que la partie émergée de l'iceberg, une écume (certes très dommageable à de nombreux égards...) révélant des mouvements profonds amorçant la transition vers un «nouveau monde» se caractérisant par une gouvernance internationale et européenne plus équilibrée,

“Les répercussions de mauvaises décisions, guidées par des analyses trop idéologiques et parcellaires, peuvent devenir explosives dans un inextricable écheveau de crises.”

par des technologies nouvelles au service du bien-être, une cohésion sociale restaurée ou une croissance économique plus durable. Impossible, à l'heure actuelle, de trancher entre ces visions «optimiste» et «pessimiste» des choses. Une fois encore, la modestie – à distinguer résolument de la résignation – est de mise.

Dans son avis annuel présenté à la presse le 31 mars dernier, IDEA fournit «modestement» les outils et les clés de compréhension permettant aux lecteurs d'affiner leur perception des choses¹. Cet avis comporte une partie internationale étoffée, la bonne compréhension de la situation au Luxembourg pouvant moins encore qu'à l'accoutumée se dispenser d'une vue globale bien étayée, dans le contexte notamment de la situation en Ukraine et du choc énergétique, voire alimentaire, associé. Suit dans l'avis annuel un «zoom» sur la situation socio-économique du Grand-Duché, qui jusqu'à nouvel ordre, a assez bien résisté à la crise, même si de nombreux stigmates à traiter d'urgence sont apparus sur le plan social, sans compter les défis en matière de logement, de fiscalité et de nouvelles formes du travail – pour n'en citer que trois. L'avis se clôture par le désormais traditionnel «Consensus économique», qui permet de jauger l'avis des «professionnels» sur les principales évolutions en cours et sur diverses mesures envisageables au Luxembourg et au niveau européen. —



1. Voir également l'ouvrage récent de Jean-Jacques Rommes et Michel-Edouard Ruben, « Le temps des crises », qui vise (de manière brillante) les mêmes objectifs.



Plus d'informations :

www.fondation-idea.lu

— EU DATA ACT PROPOSAL —

A new framework for data sharing

TEXT Legal affairs, Chamber of Commerce

PHOTO Jonas Leupe / Unsplash

'The Data Act would apply to all data obtained, generated or collected by physical products that are able to communicate data via a publicly available electronic communication service.'

The commission observes that 80% of industrial data is not used, whereas it is of crucial economic value, particularly at the dawn of the rise of artificial intelligence. As a non-rival good (a non-rival good is one that can be consumed by several people simultaneously, editor's note), data can be duplicated at almost no marginal cost and thus be used by one user without preventing its simultaneous or subsequent use by other users and this, without altering its quality or the number of possible replications. The Data Act aims to remove legal, economic and technical barriers to enable users (businesses and consumers) and third parties to share under-used data and to favour the development of innovative products and services.

Which data would be within the scope of the Data Act?

Within the scope

The Data Act would apply to all data obtained, generated or collected by physical products that are able to communicate data via a publicly available electronic communication service (referred to as 'Connected Devices' or 'Internet of Things (or IoT)'), subject to the application of the GDPR rules for personal data.

Examples: connected vehicles, home equipment and consumers goods (smart fridge, Hoover, lawn mower...), medical and health devices, agricultural and industrial machinery.

The Connected Devices may also incorporate or be interconnected with a related service necessary for their functioning. These related services may themselves generate data of value for the user that would be in the scope of the Data Act.

Outside the scope

Products that are primarily designed to display or play content or to record and transmit content for use by an online service (e.g. videos, text documents, sound files, games, digital maps) would not be covered by the Data Act. Indeed, they require human input to produce various forms of content.

Examples: personal computers, servers, tablets and smartphones, cameras, webcams, sound recording systems and text scanners.

Data resulting from any software processing that calculates derivative data from such data (e.g. machine learning) would not fall within the scope of the Data Act either.

Who would be concerned?

The Data Act would apply to a large range of stakeholders in the sector of Connected Devices, i.e. manufacturers of Connected Devices and providers of related services placed on the EU market, users of such products and related services, data holders (if different from the manufacturer or provider) that make data available to data recipients in the EU, data recipients in the EU to whom data are made available, providers of cloud services to customers in the EU and Member States public bodies and EU institutions in case of exceptional need.

What would be the impact on the stakeholders?

Data access and sharing (Business to Consumer and Business to Business)

Manufacturers and providers would have to design their Connected Devices so that by



'Manufacturers and providers would have to design their Connected Devices so that by default users may access data generated by their use, easily, securely and directly (where relevant and appropriate).'

default users may access data generated by their use, easily, securely, and directly (where relevant and appropriate).

Before concluding a contract for the purchase, rent or lease of a Connected Device and related service, users would have to be informed by the manufacturer of the nature and the volume of the data likely to be generated, how they can access and share it, and the purposes for which those data will be used should the manufacturer or the service provider intend to use the data themselves (or via a third party).

Where data cannot be directly accessed by the user through the Connected Device, access should be granted by the data holder upon the user's request, in a timely manner, free of charge, and (where applicable) continuously and in real time.

Users may also request their data be made available to third parties, with the exclusion of gatekeepers (large online platform) as defined in the Digital Markets Act.

Data sharing terms

Data holders will have to make data available under fair, reasonable and non-discriminatory (FRAND) terms. It is moreover the data holders who bear the burden of proof of such terms. The Data Act also provides for a catalogue of unfair terms that would

not be binding should they be imposed on micro, small and medium-sized enterprises (SMEs). Specific provisions are also foreseen to preserve manufacturers' trade secrets.

The compensation requested by the data holder to make data available to third parties must be reasonable and sufficiently explained. Such compensation should not be understood as a payment for the data itself but should rather cover the direct costs for making the data available. However, where the data recipient would be an SME, the data would have to be provided at cost.

Business to Government data sharing

The Data Act provides a specific framework that favours access by the public bodies of Member States and EU institutions to data held by data holders (excluding SMEs), in exceptional circumstances such as a public emergency, a reason of public interest explicitly provided for by law, to carry scientific research or official statistics.

In such cases, data holders are required to share the data without undue delay, free of charge in case of a public emergency, or against a reasonable compensation in the other cases.

Cloud switching and interoperability

Cloud services (including edge services)

should remove the commercial, technical, contractual and organisational obstacles to facilitate switching and interoperability between them. Requirements would be imposed regarding transition periods, porting of data, functional equivalence, gradual elimination of cloud switching charges and contractual safeguards.

Cloud services would also have to prevent non-EU/EEA government access to EU data where such data access and transfer would create a conflict with EU law or Member States' national law.

Next steps

The Data Act raises many questions as to its scope and the substantial obligations imposed on stakeholders. These issues will be addressed through the EC public consultation to which the Luxembourg Chamber of Commerce contributes and will soon be debated at the European Parliament and Council. Once adopted (reasonable estimate between late 2023 and early 2024), the Data Act will be directly applicable in all Member States in all sectors. Hence, it will be key for stakeholders to anticipate the changes they will need to implement to be compliant with the final text of the Data Act. —

More information:


A free translation into French is available at:
www.cc.lu


— THE KINGDOM OF SAUDI ARABIA —

The new Saudi Arabia

TEXT International Affairs, Chamber of Commerce

PHOTO B.alotaby



Saudi Arabia 

Facts & figures

Political capital: **Riyadh**

Business languages: **Arabic** (official), **English** (widely spoken)

Business currency: **Saudi-Riyal** (EUR 1 = 4.12 SR)

Working days: Sunday through Thursday, 8am to 12pm and 4pm to 8pm (8 hours)

Time Zone: **GMT+3**

Time difference with Luxembourg:
+1 hours in summer/**+2 hours** in winter

Climate: **Harsh**, dry desert with great temperature extremes

Surface: **2,149,690 km²** (Luxembourg is 831 times smaller than Saudi Arabia)

Population: **34,783,757** (July 2021 est.)

GDP per capita: **20,110.316 USD** (2020 est.) 43rd in the world ranking (Luxembourg is 3rd)

Growth rate: **2.4%** (2021), **4.8%** (2022 est.)

Inflation rate: **3.4%** (2020)

Unemployment rate: **7.4%** (2020)

Ease of doing business: **63rd** among 190 countries ranked by World Bank (Luxembourg is 72nd)

Exports/imports: Mineral products, chemical products, plastics and rubbers, transportation and metals/cars, broadcasting equipment, refined petroleum, packaged medicines and telephones

Logistics Performance Index: **2.8**, on a scale from 1 (low) to 5 (high) (Luxembourg is 3.7)

Corruption indicator: **52** out of 180 countries ranked by Transparency International

Main economic sectors:
Agriculture: **2.6%** (2017)
Industry: **44.2%** (2017)
Services: **53.2%** (2017)

Country risk classification (Coface): **Business**

Climate: **B** (medium) on a scale from A (very low) to D (very high). **Overall Country Risk Assessment:** **B**.

Double Tax Agreement with Luxembourg: entered into force on **1 September 2014**.

Sources: CIA World Factbook, My Life Elsewhere, World Bank, IMF, Transparency International, OEC, Coface

The first economic power in the Middle East, Saudi Arabia is the most wealthy of the Arab countries and making great strides with their strategic framework, 'Saudi Vision 2030'.

— Taking advantage of a large budget surplus, Saudi Arabia is currently making a giant leap by the digitalisation of its public services and the launch of gigantic infrastructure projects. These projects are part of the 'Vision 2030' roadmap, which aims to challenge the foundations of the traditional economy to push investment in innovative sectors.

Extending across most of the northern and central Arabian Peninsula, Saudi Arabia is a young country that is heir to a rich history. Along the Red Sea lies the Hejaz, the cradle of Islam and home to the holy cities, Mecca and Medina. To the east, along the Persian Gulf, are the country's abundant oil fields. Saudi Arabia has the largest oil reserves in the world (17%) and is the largest oil producer and exporter. Oil accounts for just under 90% of Saudi Arabia's exports and nearly 80% of government revenues. The standard of living in Saudi Arabia is one of the highest in the region with a GDP/capita of over USD 20,000. The country should record a growth rate of 2.4% in 2021 and then rebound to 4.8% in 2022.

The Change – Saudi Vision 2030

Saudi Vision 2030, announced in 2016 by Crown Prince Mohammed bin Salman, is a strategic framework to reduce Saudi Arabia's dependence on oil, diversify its economy, and develop public service sectors such as health, education, infrastructure, energy, circular economy, recreation, entertainment and tourism by a relaxation of conservative societal measures. Key goals include reinforcing economic and investment activities, increasing non-oil international trade, and promoting a softer and more secular image of the Kingdom.

New projects and reforms

Saudi Arabia's rich potential to the world is also showcased by the Red Sea Project that encompasses over 28,000 km² of pristine water and a vast archipelago of more than 90 islands. Comprised of hotels, residential properties and leisure facilities, it will set new standards in regenerative tourism and sustainable development.

Neom ('New Future') is the name of a future city to be built in northwestern Saudi Arabia that will incorporate smart city technologies and function as a tourist destination. The site will cover a total area of 26,500 km² and will extend 460 km along the coast of the Red Sea. The project will be totally powered by renewable energy sources and operate independently from the existing government. It will have its own tax and labour laws and an autonomous judicial system.

Strong reform momentum is continuing. The increase in the presence of women in the labour market and reforms to the Kafala sponsorship system for expatriate workers are important to boost growth, productivity, and household incomes, while visas and e-visas are easier than ever to obtain. Further, the programme to codify legal practices, the PPP/asset sales programme, the deepening of the domestic capital markets, reforms for e-government and to harness the potential of digitalisation, and the support to SMEs and entrepreneurs are all important to embrace a more diversified and inclusive recovery.

Saudi Arabia has significant financial resources to carry out its projects. The government announced a USD 255 bn budget for 2022 and had a Foreign Direct Investment (FDI) stock equivalent to USD 242 bn in 2020, which also makes Saudi Arabia an important

Riyadh



partner in terms of foreign investments.

The country has also created institutions to facilitate the establishment of foreign companies in the Saudi market. BIAC, a subsidiary of the Saudi Technology Development and Investment Company, TAQNIA, which is wholly owned by the Public Investment Fund (PIF), facilitates the entry of small, medium, and pioneer companies into the Saudi market in collaboration with the PIF and the Ministry of Investment (MISA).

TIP: Note that from 2024 onwards, companies wanting to operate in the Kingdom must have a regional presence.

Business considerations

- The Saudi working week is from Sunday to Thursday; the ‘weekend’ is Friday and Saturday.
- Be on time for appointments. People may even arrive early if they are trying to please the person they are meeting. However, be aware that you may be kept waiting.
- Business is hierarchical based on age and position. Decisions are made by the highest-ranking person. Respect should be shown to the most senior person at all times.
- When first entering a room or greeting your Saudi counterparts for the first time, shake hands with everyone from right to left, unless they are of the opposite gender, then just nod.
- If the meeting is held at a Saudi counterpart’s office, expect to be treated very generously. Tea, coffee and sweets are usually served.
- Meetings generally start with small talk and can seem like a constant round of appointments to become acquainted.
- There is generally a lack of urgency in business dealings. Decisions are made slowly and can be overturned easily. Avoid showing impatience at the process.
- People may agree on contracts and adhere to them based on trust. Saudis generally keep word-of-mouth promises, so be sure you understand what they mean. However, it is still important to secure matters with written contracts.
- Be prepared to compromise a little to build a long-term business relationship.
- It is advisable to repeat your main points to show your conviction but do not make exaggerated claims. Provide concrete evidence with figures and calculations for claims and projections that can prove the value of a business venture.
- Avoid losing your temper. It will possibly make Saudis hesitant to do business with you. —

A **Joint Luxembourg Belgium Trade Mission** is scheduled for March 2023. Contact middleeast@cc.lu for more information.

Useful contacts

Luxembourg Chamber
 of Commerce
 International Affairs

Edith Stein

(+352) 42 39 39 - 482

middleeast@cc.lu

www.cc.lu



Jean-Philippe Boever
 Founder, Eolis Media

What are your business relations with Saudi Arabia?

We develop unique, passive sensors branded GridCop which monitor critical infrastructures without recourse to any wireless networks. In 2020, we have been designated as reference sensing technology in one of the largest infrastructure roll-out projects reaching from India via Saudi Arabia into Europe, named TEAS.

What opportunities did the Go International Saudi Arabia Mission bring to your business?

We could finally greet partners we have been meeting only virtually over the past two years. On top, with the help of our local partners, the guidance of AWEX and the Belgian Embassy combined with our humble experience of the Saudi market, we could identify and address prospects very efficiently. Innovative, non-mainstream technologies which resolve real issues, like the GridCop sensors, spur real interest with Saudi businesses and authorities. Even moreso if technologies can 1) be produced locally under licence, and 2) fit into the Saudi ‘Vision 2030’, which is set to sky-rocket Saudi Arabia into the post-hydrocarbon society.

What are the risks related to this market?

The Saudi market does not bear any specific risks: Saudi business people are highly educated, top-level Saudi companies are managed by Saudi nationals having extensive experience as expats or by Europeans with long-standing experience in MENA. The riyal (SAR) is pegged to the dollar (USD) and the legal framework which is still undergoing fundamental changes may already be closer than expected to French or Common law. Maybe the most tangible risk is cultural, related to the fact that religion is omnipresent, that clocks tick differently and ... Saudis may call you or send you an email on Sundays, Sunday being the start of the week and an ordinary business day in Saudi Arabia.

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

Learn a couple of useful Saudi expressions, get insight into the do’s and don’ts of the social and business etiquette and go! Second: do find a well-connected Saudi partner in your field of activity – a lot of prospects have supplier qualification procedures that may just be overkill for a European SME or startup and which a local has already accomplished successfully. Third: be straightforward and open – and you will see straightforwardness, openness and success.

The Interview

Maggy Nagel

commissaire générale du
Luxembourg auprès de
l'EXPO 2020 DUBAÏ

Daniel Sahr

directeur du Pavillon
luxembourgeois

*« Chacun s'est donné à fond pour
représenter le Luxembourg et,
par ailleurs, nous avons pu nouer
des contacts formidables avec
des gens du monde entier. »*



— LUXEMBOURG @ EXPO 2020 DUBAÏ —

« Beaucoup de gens découvrent notre pays, son histoire et son évolution à l'occasion des Expositions universelles. D'où notre volonté cette fois-ci de mettre en avant les ressources offertes par le pays. »

TEXTE Catherine Moisy PHOTOS Vera Vernerova et Pascal Moisy

Après un an de report pour cause de Covid ayant paralysé le monde entier, l'Exposition universelle de Dubaï s'est tenue du 1^{er} octobre 2021 au 31 mars 2022. Le Luxembourg y était présent avec un pavillon dessiné par Metaform Architects, primé par le magazine d'architecture 2A en tant que *Specialty Venerated Pavilion*. Il s'agissait de la 24^e participation du Luxembourg à une exposition universelle. Le pays est en effet fidèle à ces grandes manifestations internationales qui lui permettent d'accroître sa notoriété auprès d'un large public. Pour nous parler de cette nouvelle expérience marquante, Merkur a rencontré Maggy Nagel, commissaire générale du Luxembourg auprès de l'EXPO 2020 DUBAÏ et Daniel Sahr, directeur du Pavillon luxembourgeois, juste après la clôture de l'événement.

Pouvez-vous nous dire quel a été votre rôle dans l'organisation de la présence luxembourgeoise à l'expo 2020 Dubaï ?

Maggy Nagel : Chaque pays participant à une Exposition universelle doit nommer un commissaire général. J'ai eu l'honneur d'être choisie pour Dubaï, dès 2016. La destination et le thème retenus par les organisateurs (*Connecting Minds, Creating the Future, nldr*) m'ont tout de suite convaincue d'accepter cette mission. Je me suis immédiatement documentée sur l'histoire des participations luxembourgeoises aux expositions universelles. J'ai notamment lu le livre de Jean-Luc Mousset, conservateur au Musée National d'Histoire et d'Art, *Un petit parmi les grands* qui retrace l'histoire de la présence du Luxembourg aux Expositions universelles, de Londres (1851) à Shanghai (2010). Depuis le début, j'ai envisagé cette mission comme un travail d'équipe. Je ne voulais pas et ne pouvais pas faire ce chemin seule. Ma fonction consistait à diriger le conseil de gérance et être l'organisateur général. Je faisais donc le lien entre le gouvernement luxembourgeois et les autres parties

prenantes, entre autres les partenaires et sponsors. C'est un travail qui consiste à impliquer tout le monde autour du projet. Je me suis beaucoup investie également dans la constitution de l'équipe opérationnelle. Mon souhait était qu'il y ait beaucoup de jeunes. Dès qu'il a été décidé qu'il y aurait un restaurant sur place, une de mes premières démarches a été de contacter l'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg (à Diekirch) pour assurer le volet gastronomique. Son enthousiasme a été immédiat. J'ai aussi organisé de nombreux groupes de travail pour affiner la thématique du pavillon et fait en sorte que l'architecte et le scénographe retenus travaillent ensemble dès le début, ce qui n'est pas toujours le cas sur ce genre de projets. Ils ont fait un formidable travail conjoint.

Daniel Sahr : En tant que directeur, mon rôle était d'assurer la partie opérationnelle. J'ai eu la chance d'être impliqué dès le départ et de travailler avec l'architecte, en ayant constamment en tête le souci du parcours du visiteur à l'intérieur du bâtiment. Ensuite, j'ai dû trouver les sous-traitants sur place et négocier leurs contrats. C'est à dire

les sociétés d'hôtesse, de nettoyage, de sécurité, de restauration, etc. Pendant toute la durée du projet, de la phase de chantier à la fermeture du pavillon fin mars, j'ai travaillé en étroite collaboration avec l'entreprise de construction pour assurer notamment une maintenance sans failles. Nous voulions être à la pointe des normes. Mon rôle consistait aussi à organiser le travail quotidien de l'équipe composée de 10 personnes permanentes. Enfin, j'étais l'interlocuteur de l'ambassade pour l'organisation de toutes nos visites officielles et avec l'aide de toute l'équipe, j'ai accueilli les personnalités venant du monde entier.

Quelles sont les autres fonctions nécessitées par un tel événement d'une durée de 6 mois ?

D.S. : Sur place nous avons des spécialistes de la communication, de la programmation d'événements, du protocole pour l'accueil des invités de marque, un responsable exploitation/logistique, un chef pour le restaurant, une responsable du catering et plusieurs assistants. Le plan de communication était planifié dès le départ pour les 6 mois

de l'exposition ainsi que le programme des événements mais il fallait aussi pouvoir organiser des événements ou actions spontanés et donc avoir les compétences sur place. Nous avons débuté les recrutements un an avant la date initiale de l'exposition. Nous avons été heureux de constater que toutes les personnes choisies sont restées à bord du projet malgré le report d'un an.

M.N. : L'équipe d'un pavillon national c'est aussi beaucoup de bénévoles et je voudrais les remercier. Nous avons reçu 70 candidatures dont 36 ont été retenues.

Quel a été pour vous le moment le plus marquant des 6 mois d'exposition ?

M.N. : Il y a eu tellement de moments marquants ! Mais s'il ne faut en retenir que deux, je dirais l'ouverture du Pavillon et surtout les derniers jours quand j'ai pu faire le bilan de tout le travail accompli avec une équipe très engagée. Ce fut une belle aventure humaine et ce fut très émouvant de quitter tout cela. De vraies amitiés se sont nouées sur place. Nous étions comme une grande famille et l'Expo 2020 Dubaï a montré à cent pour cent l'importance de ce type d'événements, où 192 pays cohabitent pacifiquement sur un même site dans une atmosphère très fraternelle.

D.S. : Il y a eu en effet beaucoup de moments phares. Mais ce que je retiens pour le top de mon podium personnel c'est, d'une manière générale, la passion avec laquelle chacun s'est donné à fond pour représenter le Luxembourg, et par ailleurs, les contacts formidables que nous avons pu nouer avec des gens du monde entier. Ces relations seront toujours précieuses, notamment au bénéfice des entreprises luxembourgeoises, de mes collègues des affaires internationales et pour mes futures fonctions, quelles qu'elles soient. La qualité des relations a trouvé son illustration lors de notre fête du personnel organisée le 31 mars au soir et lors d'un dîner, organisé quelques jours après, par la directrice d'un autre pavillon. Elle avait convié des gens des quatre coins du monde, qui avaient vécu une expérience commune pendant 6 mois et nous avions l'impression d'être entre amis. C'était un moment très fort.

Aviez-vous vécu d'autres Expositions universelles avant celle-ci et qu'est-ce qui l'a différenciée des précédentes ?

M.N. : Pour ma part, c'était ma première Exposition universelle mais je me suis toujours intéressée à ce sujet. Le Luxembourg a réussi à se placer sur la carte du monde grâce à ses participations successives. Beaucoup de gens y découvrent notre pays, son histoire et son évolution. D'où notre volonté cette fois-ci de mettre en avant les ressources offertes par le pays et particulièrement notre

diversité, nos compétences en matières financière, spatiale et digitale, le fait que nous sommes un laboratoire pour le futur et que nous pratiquons la solidarité active. Je suis convaincue qu'il faut continuer à participer à ce genre d'événements, qui sont des occasions uniques de mettre tout cela en avant et montrer que le Luxembourg évolue grâce à son dynamisme et à son ouverture.

D.S. : De mon côté, c'est la troisième fois que je suis partie prenante d'une exposition. J'ai participé à celle de Shanghai en 2010 pour le programme économique en tant que secrétaire général du GIE par intérim et ensuite à l'exposition internationale d'Astana (Kazakhstan) en 2017, où j'avais eu un rôle de coordination de la présence luxembourgeoise et où je représentais la Chambre de Commerce auprès du ministère de l'Économie. Je dirais que l'exposition qui vient de se terminer a été spéciale pour trois raisons. D'abord le thème *Connecting minds, creating the future*, qui était particulièrement bien adapté au Luxembourg; ensuite il s'agissait du premier grand événement international après les temps difficiles de la pandémie et enfin le lieu, Dubaï, qui présentait des opportunités particulières. La conjonction de ces trois facteurs a fait de Dubaï une édition spéciale et je crois sincèrement l'une des meilleures de toutes les

Expositions universelles. J'ai rencontré sur place un américain qui en a visité 16 et il m'a dit la même chose. Le fait que 192 pays ont participé est une preuve supplémentaire de l'attractivité du cru 2021/2022. C'est loin d'être toujours le cas. Le monde entier était rassemblé et c'était très symbolique au moment où le monde avait besoin d'un nouveau souffle après la pandémie.

Le Pavillon luxembourgeois était situé dans le district Opportunity. Était-ce un choix du Luxembourg ? Si oui, pourquoi ?

M.N. : Comme nous avons été parmi les tous premiers pays à confirmer notre participation, nous avons pu en effet choisir dans quel district nous voulions être. Nous avons même pu choisir précisément notre terrain, proche de l'entrée du district. Comme nous voulions mettre en avant les ressources du Luxembourg, le district *opportunity* nous a paru idéal.

Le public était-il plutôt familial ou business ? Le but du Pavillon était-il de s'adresser à ces deux publics ?

D.S. : En fait le public était extrêmement varié. Dubaï est un *hub* d'affaires très important et c'était la toute première Exposition universelle dans la région Moyen Orient/Afrique/Asie du sud. Les Émirats Arabes Unis





01



02

01. 02. Le Pavillon luxembourgeois, situé non loin de l'entrée du district Opportunity a attiré un large public tout au long de la durée de l'Exposition.

«La semaine Made in Luxembourg a permis à de petites entreprises d'être présentes et de montrer la diversité du tissu économique luxembourgeois.»

(EAU) ont été l'une des premières destinations à rouvrir leurs frontières après la pandémie, ce qui a drainé beaucoup d'hommes d'affaires en quête de contacts internationaux et Dubaï a aussi été la 5^e destination du monde à accepter à nouveau des touristes sur son sol. Le pays s'est rapidement remis à accueillir des foires et salons. Tout cela fait que le public est très international et très varié, mais le but du Pavillon n'était pas seulement d'attirer une cible business. Notre but était de mettre en avant notre *Nation Branding* et faire de l'exposition une opportunité de nourrir notre marque de pays. Avec nos différents thèmes nous nous sommes adressés à toutes sortes de publics. La diversité pour le capital sympathie, le business, la finance, l'économie circulaire, la beauté du pays pour le tourisme... Certains visiteurs sont d'ailleurs revenus nous voir pour nous dire qu'ils avaient réservé un voyage au Luxembourg. Et bien sûr le tobogan a été une vraie *success story* auprès du public familial, mais pas seulement.

M.N. : Nous avons eu 684.000 visiteurs sur le Pavillon luxembourgeois, dont environ 70% ont tenu à prendre le tobogan ! Je voudrais rajouter que l'aspect gastronomique a été très apprécié. Je souhaitais pour ma part faire découvrir le Luxembourg au travers des 5 sens et je pense que nous avons réussi.

En plus, la visite de notre pavillon était une expérience très humaine. Les visiteurs n'étaient pas laissés à eux-mêmes mais accueillis et accompagnés par des hôtes et des hôtesses, dont de nombreux bénévoles. Enfin, je voudrais rappeler que les personnes qui n'ont pas eu l'occasion de se rendre à Dubaï n'ont pas été oubliées puisque nous avons mis au point une version du Pavillon en réalité virtuelle, qui a fait le tour du Luxembourg. Nous nous sommes donc vraiment adressés à un large public.

Quel est l'avantage pour le Luxembourg de participer à ce genre d'événement ?

M.N. : Cet événement s'inscrivait dans un contexte d'excellentes relations bilatérales entre les EAU et le Luxembourg. Nous y avons une ambassade depuis 2011. Comme

déjà souligné, le thème de cette édition correspondait parfaitement au Luxembourg et nous avons pu constater dès le départ un grand intérêt des entreprises luxembourgeoises pour la destination Dubaï. Je voudrais en profiter pour remercier la Chambre de Commerce pour l'organisation des six missions économiques sectorielles qui se sont succédées au cours des mois de l'exposition.

Il y a une dimension politique également, les Émirats jouant incontestablement un rôle de stabilité dans la région. Comme le Luxembourg, c'est un pays ouvert et respectueux de ses partenaires, dont l'attractivité est évidente. Sur les 25 millions de visiteurs de l'exposition, 70% sont venus de l'étranger. C'était donc une occasion unique de faire mieux connaître le Luxembourg.

« Il s'agissait du premier grand événement international après les temps difficiles de la pandémie. »

D. S. : En terme de notoriété, les retombées sont évidentes. Tout le monde ne connaît pas le Luxembourg et il circule encore beaucoup d'idées reçues pas toujours très positives sur notre pays. Les Expositions universelles nous permettent de lutter contre ces préjugés et de montrer le vrai Luxembourg.

Il est prévu que le Luxembourg participe à l'exposition d'Osaka en 2025. Quelle expérience de Dubaï sera utile pour préparer cette échéance ?

M. N. : Nous avons eu une très bonne équipe à Dubaï et l'expérience qu'elle a accumulée est précieuse. Il faut capitaliser sur cette équipe et sur cette expérience. On ne change pas une équipe qui gagne ! La future équipe d'Osaka devra se former au contact de l'équipe actuelle. Je suis même d'avis que le gouvernement devrait réfléchir à se doter d'une équipe permanente dédiée aux Expositions universelles car c'est un véritable métier que d'organiser un tel événement et cela permettrait de gagner du temps.

D.S. : Chaque exposition nécessite un apprentissage, notamment car il s'agit à chaque fois d'appréhender une culture différente. Mais il y a des éléments que l'on retrouve à chaque fois. Il est donc rassurant de pouvoir s'appuyer sur ce que nous maîtrisons déjà pour faire face aux nouveaux challenges induits par le fait d'apprendre une nouvelle culture. Dans le cas du Japon, nous aurons en plus la barrière de la langue et nous aurons deux ans de moins pour la préparation que ce que nous avons eu pour Dubaï, du fait du report de cette dernière. Nous n'aurons vraiment pas trop de temps. Pour le moment, le site d'Osaka est un terrain vague. Tout est à faire. Nos processus bien rodés vont nous aider à nous consacrer aux éléments les plus nouveaux

ou complexes. Les contacts que nous avons déjà sont cruciaux. Les expositions sont des plateformes de diplomatie pragmatique et si l'on crée des liens et que l'on entretient les relations, cela aide pour les participations futures.

Connait-on déjà le thème de l'exposition d'Osaka ?

D. S. : Les thèmes des Expositions universelles sont holistiques, au contraire de ceux des Expositions internationales qui sont plus spécifiques. À Shanghai, le thème était *Better city, better life*. Pour Osaka ce sera *Designing future societies for our lives* et il y a des sous thématiques : *Connecting lives, Empowering lives, Saving lives*, qui sont finalement proches des thématiques de Dubaï qui étaient *Opportunity, Mobility* et *Sustainability*. Pour Osaka, le Luxembourg a choisi d'être dans le district *Connecting lives*, mais une thématique plus précise pour notre pavillon reste à définir.

Durant l'exposition de Dubaï, avez-vous trouvé de l'inspiration sur certains pavillons d'autres pays ?

D.S. : Une telle vitrine mondiale est une source d'inspiration gigantesque ! Certains pavillons étaient plus orientés business, d'autres plus axés sur le tourisme ou sur l'innovation et les avancées technologiques. Pour Osaka il faudra analyser le thème et voir comment il se connecte avec les valeurs ajoutées du Luxembourg. On a vu à Dubaï de nombreux beaux exemples de pavillons et de thématiques mais en aucun cas nous ne ferons du *copy paste*. Nous aurons de nouvelles idées, avec nos partenaires et sponsors. Ce que j'aimerais reconduire en revanche, sous une forme ou une autre, est la semaine *Made in Luxembourg* qui a permis



à des petites entreprises d'être présentes et de montrer la diversité du tissu économique luxembourgeois.

M.N. : Pour ma part, ce que m'a inspiré le fait d'avoir visité d'autres pavillons est que nous pourrions étoffer davantage le volet des événements culturels. Je pense à des concerts ou des expositions par exemple, qui permettent d'attirer du monde et de communiquer de façon très vivante. C'est un aspect à creuser mais cela nécessite un budget supplémentaire. Ceci dit, je suis sans regrets car nous avons présenté les nombreuses facettes du Luxembourg.

Quel bilan personnel faites-vous de ces 6 mois d'exposition universelle ?

D.S. : L'expérience humaine multiculturelle restera inoubliable même en venant du Luxembourg. J'ai maintenant un carnet d'adresses exceptionnel que je vais pouvoir utiliser pour mes voyages personnels (*rire*) et je le partagerai volontiers avec mes collègues des Affaires internationales de la Chambre de Commerce.



M.N. : Pour moi ce fut une incroyable expérience humaine tout au long des 6 années depuis ma nomination. J'ai noué des amitiés qui seront durables et j'ai le sentiment d'avoir pris part à quelque chose de grand.

Quelle est votre plus grande fierté ?

D.S. : Je suis fier de la belle équipe que nous avons formée sur le terrain et de savoir que chacun a été heureux de contribuer à cet événement.

M.N. : Et moi je suis fière de terminer ma carrière politique sur un projet aussi formidable. J'en garderai beaucoup de beaux souvenirs et de moments touchants. —

03. 04. Au cours de leur parcours à l'intérieur du Pavillon, les visiteurs pouvaient lire des informations sur des panneaux lumineux et visionner un film immersif les menant au cœur du Luxembourg et de ses secteurs de pointe, parfois méconnus, comme le secteur spatial.

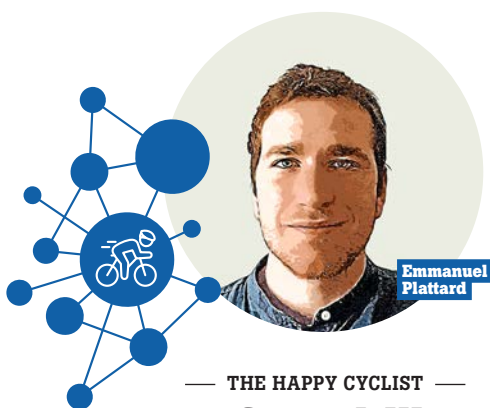
05. Le tobogan, considéré comme le clou de la visite par le public familial a remporté un succès à l'ampleur inattendue, relayé localement sur les réseaux sociaux.



« Le thème Connecting minds, creating the future, était particulièrement bien adapté au Luxembourg. »

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!



— THE HAPPY CYCLIST —

Soft mobility made easy

Pitch your startup!

The Happy Cyclist enables soft mobility all year long for cyclists in Luxembourg. Our concept is simple: we fix your bicycle fast and affordably, at your doorstep, anywhere in the Grand-Duchy. There are financial incentives to buy a new bicycle, but it is necessary to have a competitive and responsive repair service industry to transform Luxembourg into a 'cycle-nation'.

Why Luxembourg?

To start, Luxembourg has a serious mobility issue with 66% of CO₂ emissions generated from road traffic: soft mobility is urgent for individuals but also corporations!

Also, traditional bicycle repairs are slow (more than 10 days on average to get your bike fixed), expensive (EUR 65/hour), and not accessible (90% of workshops are in the centre). We came up with an innovative way to solve these problems!

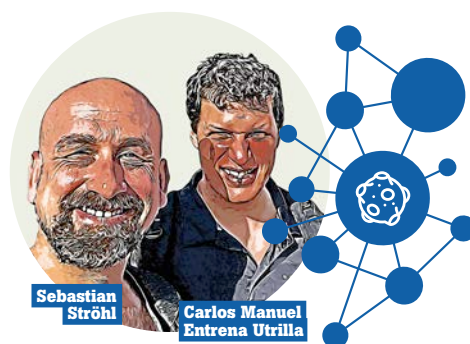
What is the next step?

Our short-term goal is to develop a bigger network of mobile bicycle workshops nationwide.

What change do you hope to create in the world?

To make people realise that riding a bicycle 365 days a year is good for the body, the environment, and other road users. Therefore, getting it fixed must be a no-brainer. —

■ More info: www.thehappycyclist.eu



— PLUS ULTRA SPACE OUTPOSTS —

Space technology for the lunar economy

Pitch your startup!

Plus Ultra Space Outposts is a new European company based in Spain, Germany and Luxembourg aiming to deploy and operate a satellite constellation for the Moon, required for the accelerated development and sustainability of the fast-growing lunar economy. With this game changing communication and navigation infrastructure, offering global high-speed broadband connectivity and precise navigation on the Moon and cislunar orbit, Plus Ultra Space Outposts aims to become the backbone of the lunar industry. For Plus Ultra Space Outposts' clients this means commercial and scientific maximisation of their return on investment, maximum access to the Moon and to cislunar orbit, substantial risk minimisation, as well as significant cost reduction. Plus Ultra Space Outposts' constellation is projected to begin its initial operations in 2024, the deployment of the satellite constellation is subsequently planned for 2028.

Why Luxembourg?

Luxembourg has a very strong space ecosystem (companies, university, space agency) with a high political support.

What is the next step?

After having closed our seed round we will start to build and launch our first satellite.

What change do you hope to create in the world?

We aim to contribute to building a sustainable space economy by adding critical infrastructure to the Moon which is mankind's natural bridgehead for further/deeper space exploration. —

■ More info: www.plus-ultra.space

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

Christophe Timmermans

CEO, SolarCleano

Des robots au zénith

TEXTE Marie-Hélène Trouillez


PHOTOS Matthieu Freund-Priacel/ Primatt Photography ; SolarCleano (photo 04)

La startup SolarCleano a vu le jour en 2018. Elle est le fruit d'une rencontre entre Christophe Timmermans, directeur de Fallprotec, une société spécialisée en lignes de vie et Pol Duthoit, un client de Fallprotec et l'un des plus gros nettoyeurs de panneaux solaires d'Europe. Ensemble, ils ont développé des robots autonomes pour le nettoyage d'installations photovoltaïques. Aujourd'hui, SolarCleano propose ses services aux propriétaires et exploitants de champs solaires sur le marché mondial du photovoltaïque et compte plus d'une quinzaine d'employés.

Christophe Timmermans, vous êtes aujourd'hui le CEO de SolarCleano et vous dirigez également Fallprotec. Pouvez-vous nous en dire un peu plus sur votre parcours ?

J'ai suivi le cursus international de l'ESCP Business School (École Supérieure de Commerce de Paris) à Paris, Berlin et Londres. Après mes études, je suis parti dans le sud de la France pour travailler pour Airbus, le géant de l'aéronautique européen. Mon père dirigeait Fallprotec, une société qu'il a fondée en 2004. L'entreprise familiale conçoit et développe des équipements de protection pour travaux en hauteur. Quand mon père a souhaité se retirer des affaires, j'ai quitté Airbus pour revenir au Luxembourg et reprendre la direction de l'entreprise avec mon frère. En 2017, un de nos clients, Pol Duthoit, fondateur de Voltanet, une société spécialisée dans le nettoyage de panneaux solaires, a proposé de concevoir une solution robotisée pour gagner en efficacité et en temps. Fallprotec avait une expérience en matière de motorisation électrique et disposait d'un bureau d'études. Dès 2017, nous avons développé le premier robot nettoyeur de panneaux solaires. La même année, nous avons pris part à Intersolar Europe, le principal salon mondial de l'industrie solaire qui a lieu chaque année au parc des expositions à Munich, en Allemagne. Le succès a été immédiat et dès 2018, nous avons commercialisé les premiers robots SolarCleano en Allemagne.

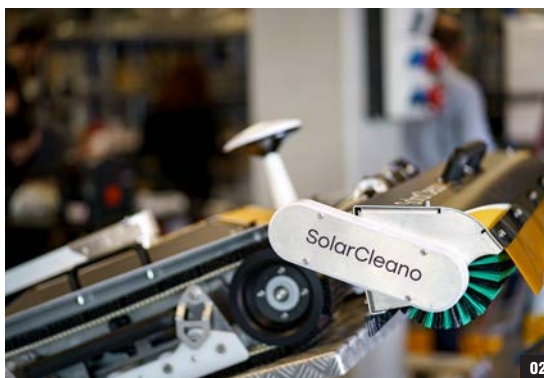


A man with a beard and short hair, wearing a light blue button-down shirt, is smiling and looking towards the camera. He is standing in a factory setting. To his right is a piece of industrial machinery, a solar panel cleaning machine, with a white and grey component that has the brand name "SolarCleano" printed on it. The background is a blurred industrial environment with other workers and machinery.

« Des panneaux solaires sales peuvent réduire de 20 à 30% le taux de rendement d'installations photovoltaïques. »



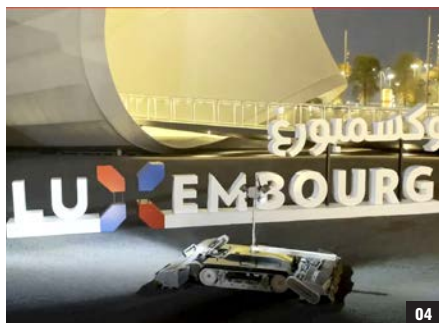
01



02



03



04

«L'énergie solaire est la source d'énergie qui se développe le plus rapidement dans le monde avec une croissance d'installations photovoltaïques de 30% par an.»

Pourquoi nettoyer les panneaux solaires ?

L'accumulation de poussières fines et l'encrassement lié à la pollution, au pollen, au sable, à la mousse, etc. peuvent réduire de 20 à 30% le taux de rendement d'installations photovoltaïques. La saleté empêche une partie des rayons du soleil d'atteindre les cellules photovoltaïques des panneaux. Le nettoyage régulier des panneaux solaires permet donc d'optimiser la production d'électricité.

Quels sont les avantages d'une solution de nettoyage de panneaux solaires robotisée par rapport à un nettoyage manuel ?

Une solution robotisée permet de réduire des coûts de main-d'œuvre élevés et de garantir une qualité constante. Certains de nos robots sont pilotés à distance, d'autres sont autonomes grâce à un système de navigation par satellite de type GNSS (GPS, Galileo, Glonas...) qui offre une précision de deux centimètres. L'intérêt de tels robots autonomes est de pouvoir assurer le nettoyage et l'entretien de grands champs de panneaux solaires – souvent localisés dans des zones géographiques reculées – avec un minimum de contraintes et de présence sur site pour l'exploitant.

En matière de rendement et d'efficacité, un robot de nettoyage remplace plus d'une dizaine de travailleurs qui nettoient avec des brosses manuelles. Le risque d'endommager les panneaux solaires en marchant dessus est inexistant. Les robots SolarCleano exercent une pression bien inférieure à la pression maximale autorisée par les fabricants de panneaux solaires.

Avez-vous des concurrents et qu'est-ce qui fait votre force par rapport à d'autres solutions robotisées ?

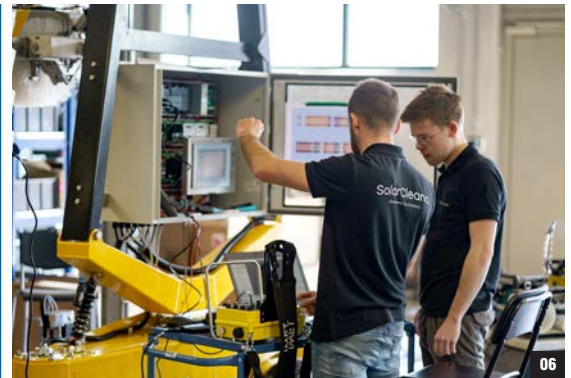
Il existe quelques solutions robotisées en Allemagne, en Suisse et en Israël. Vous trouvez aussi d'autres solutions à moindre coût en Inde et en Chine. SolarCleano a acquis une grande expertise en matière d'innovation. Nous investissons tous nos bénéfices dans la R&D pour garder notre avance technologique et gagner des parts de marché. La maintenance de nos machines est simple d'utilisation. Elle se fait par WhatsApp et si besoin, les pièces de rechange sont envoyées sur place. Un opérateur peut les monter avec très peu d'outils.

Comment l'énergie solaire évolue-t-elle dans le monde ?

L'énergie solaire est la source d'énergie qui se développe le plus rapidement dans le



05



06

01. En janvier 2022, SolarCleoano a déménagé dans l'ouest du Luxembourg pour s'installer dans des locaux spacieux.

02. 03. La conception et l'assemblage des robots sont réalisés au Grand-Duché.

04. SolarCleoano a présenté ses robots autonomes à Dubaï au sein du Pavillon luxembourgeois lors de l'Exposition universelle de Dubaï.

05. Christophe Timmermans entouré d'une partie de son équipe. L'âge moyen des employés de SolarCleoano est de 28 ans.

06. Les ingénieurs en robotique et en mécanique constituent des profils recherchés et rares.

monde avec une croissance d'installations photovoltaïques de 30% par an. C'est une énergie inépuisable et propre. Le mouvement va s'accélérer pour atteindre en 2050 l'objectif de «neutralité carbone», c'est-à-dire pas plus d'émissions de CO₂ que la planète ne peut en absorber. Un panneau photovoltaïque produit de l'électricité dès qu'il est exposé au soleil. La mise en œuvre d'un champ solaire est très rapide. En 2021, la production d'électricité photovoltaïque dans le monde a atteint 1.000 térawatts-heure (TWh). L'Agence internationale de l'énergie a établi des scénarii pour parvenir à la neutralité carbone et a estimé que la contribution du solaire devrait atteindre 6.970 TWh en 2030. En dix ans, il nous faut donc multiplier par sept nos performances actuelles en solaire photovoltaïque.

La guerre en Ukraine a accéléré le mouvement et révélé la forte dépendance énergétique européenne, notamment en matière d'importation de gaz et de pétrole de la Russie. Dans ce contexte préoccupant, il s'agit de limiter notre dépendance et notre exposition à cette hausse des prix de l'énergie. Le secteur du renouvelable pourrait être considéré comme la meilleure alternative et ainsi bénéficier d'une hausse de la demande. Les producteurs d'énergies d'origine éolienne et solaire devraient voir la demande augmenter fortement.

SolarCleoano a donc un bel avenir devant elle...

SolarCleoano est positionnée sur deux axes de développement très porteurs. Le développement des installations photovoltaïques dans le monde est en pleine croissance, et notre avance technologique en matière de robotisation et d'automation est un atout. Nous devons encore faire face à un frein législatif pour laisser un robot œuvrer seul (de nuit, par exemple) dans un champ solaire ouvert. Mais, je pense que cette contrainte sera bientôt levée et la nouvelle réglementation permettra à nos robots de nettoyage d'évoluer librement. SolarCleoano connaît une croissance annuelle de 100%, et Fallprotec progresse de 15 à 20% par an. Les deux sociétés comptent 60 collaborateurs de 15 nationalités différentes. En janvier 2022, nous avons déménagé dans l'ouest du Luxembourg pour nous installer dans des locaux beaucoup plus spacieux localisés dans la Zone d'Activité de la Région Ouest (ZARO). Ce nouvel emplacement permet à des sociétés artisanales ou industrielles de pouvoir envisager la croissance sereinement au Grand-Duché avec une pression moindre du prix du foncier.

Qui sont vos clients ?

Quand nous avons lancé l'activité de SolarCleoano, nous avons prospecté les

marchés internationaux, notamment la France et l'Allemagne. Nous avons réalisé des ventes directes à des clients finaux, des PME, pour la plupart, spécialisées dans le nettoyage et la maintenance. En Europe, un champ solaire couvre en moyenne une surface équivalant à un terrain de foot pour une puissance d'un mégawatt. Très rapidement, nous nous sommes étendus dans de nombreux pays du monde, notamment au Moyen-Orient, en Australie, en Inde, au Chili ou encore en Afrique du Nord. Les champs solaires sont beaucoup plus vastes dans ces pays car l'irradiation y est plus favorable et les terres, difficilement exploitables. La dernière commande concerne un robot qui aura pour mission de nettoyer l'équivalent de mille terrains de football au Moyen-Orient. Nos robots peuvent travailler avec ou sans eau. Dans les régions arides, par exemple, le sable est nettoyé plusieurs fois par semaine, sans utiliser d'eau. Actuellement, SolarCleoano gère un parc de quelque 300 robots déployés à travers 45 pays du globe.

Où sont fabriqués vos robots autonomes ?

La conception et l'assemblage des robots sont réalisés au Grand-Duché. Des prototypes sont mis au point par notre bureau



«*SolarCleo connaît une croissance annuelle de 100 %.*»

d'études et nous testons nos robots sur des panneaux solaires, à quelques encablures de notre société. Nos fournisseurs sont principalement issus de la Grande Région.

Avez-vous reçu des soutiens du Luxembourg ou d'organismes européens ?

L'environnement des affaires est très dynamique au Luxembourg. L'écosystème est favorable aux PME et plusieurs secteurs d'avenir, comme le secteur spatial, sont en plein essor, ce qui favorise les échanges et les synergies. Par exemple, nous discutons avec les start-up Maana Electric à Foetz ou Virelux à Differdange sur des opportunités de business, les nouvelles technologies répondant à nos problématiques.

Nous avons pu recevoir des aides financières de l'Office du Ducroire - Luxembourg Export Credit Agency (ODL) qui ont pour but de soutenir les sociétés luxembourgeoises dans leurs efforts de prospection à l'international. Luxinnovation et le ministère de

l'Économie nous ont également soutenu dans nos projets de R&D.

Au niveau européen, nous sommes membres de *Robotics for Inspection and Maintenance (RIMA)*, un projet de l'Union Européenne qui consiste à créer un réseau de Digital Innovation Hubs et d'associations industrielles afin de soutenir le développement de la robotique. En tant que membre, nous avons répondu à plusieurs appels à candidatures et après avoir été sélectionnés, nous avons reçu des aides financières et un accès au réseau européen.

Comment avez-vous structuré vos équipes ?

Nous avons trois départements qui fonctionnent à parts égales : production, R&D avec 50% d'ingénieurs en mécanique et 50% en robotique, puis une équipe commerciale maîtrisant les langues des pays que nous prospectons.

Est-il difficile de recruter des ingénieurs en robotique ?

Nous avons dû nous entourer d'ingénieurs en robotique, en plus de nos ingénieurs en mécanique. Ces profils sont très recherchés et rares. Notre métier exige des connaissances pointues en informatique et il faut savoir coder dans certains langages. SolarCleo développe des partenariats avec des universités et nous embauchons des étudiants dès leur sortie d'école. Au bout d'un an d'expérience, ils sont séniors. L'âge moyen de nos employés est de 28 ans. Il est devenu moins difficile de recruter, maintenant que nos robots et la société ont acquis une certaine notoriété et visibilité. Les énergies renouvelables s'imposent désormais comme l'arme de choix face au changement climatique. Donner du sens à son travail est aujourd'hui un vecteur important pour attirer des talents. Je trouve que cette nouvelle génération est très impliquée et responsable. De manière générale, nos conditions de travail sont



07. 08. SolarCleano investit tous ses bénéfices dans la R&D pour garder son avance technologique et gagner des parts de marché.

09. 10. SolarCleano entend développer l'intégration de modules d'intelligence artificielle pour une meilleure maintenance prédictive.

11. Des prototypes sont mis au point par le bureau d'études et testés au Luxembourg avant d'être exportés partout dans le monde.

12. Les pièces pour assembler les différents modèles de robots et les robots prêts à être livrés sont stockés dans le vaste entrepôt.



appréciées. Une grande autonomie est requise pour évoluer dans une start-up mais ceci confère également des opportunités : par exemple, nos commerciaux sont libres d'organiser des roadshows à travers les USA ou en Australie pour promouvoir nos robots.

Vous avez pris part à la semaine « Made in Luxembourg » organisée par la Chambre de Commerce à l'Expo 2020 à Dubaï. Comment avez-vous vécu cette expérience ?

Notre participation à Dubaï a été l'occasion pour nous de présenter SolarCleano au sein du Pavillon luxembourgeois lors de l'Exposition universelle de Dubaï. Pour nous, le Moyen-Orient est un marché au potentiel énorme. Nous avions plusieurs rendez-vous et la mission tombait très bien, car le Pavillon luxembourgeois nous a servi de lieu d'accueil pour nos clients et prospects. Les activités mises en place par la Chambre de Commerce nous a permis de renforcer nos liens avec les visiteurs et nous a offert une belle visibilité. Pendant le salon, nous avons conclu un marché pour des robots autonomes installés sur la toiture d'un très

grand hall industriel, une installation photovoltaïque gérée par un des « supermajor » du pétrole qui entame sa transition vers les énergies vertes aux Émirats Arabes Unis. Nous avons également fait la connaissance et resserré nos liens avec d'autres start-up luxembourgeoises.

Quelles sont les prochaines étapes de développement de SolarCleano ?

Actuellement, SolarCleano se concentre sur le nettoyage de panneaux solaires ou plus rarement, celui de bâtiments. L'étape suivante sera le développement de la maintenance prédictive. Grâce à l'intégration de modules d'intelligence artificielle couplés à des capteurs et caméras, il sera possible de détecter des anomalies dans le fonctionnement des panneaux solaires. En effet, les panneaux défectueux ou usés forment un « hotspot ». Les cellules photovoltaïques chauffent et finissent par brûler avec des conséquences sur la production de la rangée complète des panneaux. Grâce à ces modules d'AI, il sera possible d'aller au-devant d'une panne ou d'un dysfonctionnement et de maintenir une capacité de production maximale.

Quelles sont les qualités d'un bon entrepreneur selon vous ?

Avoir une idée ne fait pas tout. Il faut apprendre à catalyser ses idées, prendre le temps de les faire mûrir avant de les rendre viables. Il faut aussi rester concentré sur ses objectifs. Les premières années sont les plus compliquées. Les ressources sont limitées et il faut savoir les gérer et les faire fructifier progressivement. —

Plus d'informations :

www.solarcleano.com

Startup

Matteo Ressa

CEO, ChefPassport

La recette pour tisser des liens

TEXTE Marie-Hélène Trouillez

PHOTOS Matthieu Freund-Priace/ Primatt Photography

Inspiré par ses voyages à travers le monde et par la découverte sans cesse renouvelée d'une palette de saveurs culinaires, Matteo Ressa, a fondé ChefPassport en 2019, avec l'idée de rassembler les participants autour de la gastronomie, la culture et les traditions. Signe des temps, la cuisine reste un rempart contre le délitement des liens, un espace de convivialité. Rien de tel qu'une bonne recette élaborée ensemble en ligne avec l'un des 40 chefs que fédère ChefPassport, pour reconnecter les corps et les cœurs ou redynamiser les équipes.

Après une expérience en tant qu'ingénieur informaticien au sein de grands groupes, qu'est-ce qui vous a donné l'envie de tout quitter pour créer ChefPassport ?

Je suis spécialisé en développement de sites web et d'applications. Au cours de ma carrière d'informaticien, j'ai travaillé notamment pendant cinq ans au sein de Vodafone et Amazon. J'aime aussi les voyages et la cuisine, et j'ai eu envie de créer un projet qui pouvait associer ces trois passions. Je voulais donner vie à mon rêve pour ne pas regretter plus tard de ne pas l'avoir réalisé. En 2018, j'ai eu le plaisir de dîner au restaurant Jay Fai à Bangkok. La cuisinière Jay Fai a été couronnée par le prix «Icon Award» des 50 meilleurs restaurants d'Asie et en 2017, elle a reçu sa première étoile Michelin. C'était la première fois que le prestigieux guide rouge honorait une cantine de rue. Ce soir-là, j'ai appris l'origine du Pad Thaï et le rôle qu'il a joué dans l'identité thaïlandaise à l'époque où la cuisine chinoise exerçait une influence importante dans la gastronomie thaïlandaise. Je me suis senti privilégié d'être à Bangkok et de vivre cette expérience inoubliable. Mais je me suis dit aussi que beaucoup d'autres n'avaient pas la possibilité de voyager autour du monde et de vivre une telle aventure culinaire. L'idée de créer ChefPassport est née de cette expérience. J'ai quitté Amazon en mars 2019 pour me consacrer pleinement à ChefPassport. J'ai passé les huit mois suivants à établir des partenariats, à recruter des



« ChefPassport propose des ateliers et des rencontres entre des participants connectés à distance et des chefs dans leur cuisine. »



« La gastronomie a ce singulier pouvoir de rassembler les êtres humains autour du plaisir originel, universel, des arts de la table. »

talents et à optimiser le site Internet. Gaurav Gandhi, notre COO (Chief Operating Officer) et Danielle Diamond (Head of Marketing and Communication) ont développé avec moi le concept de ChefPassport, et en février 2020, nous avons lancé l'activité. ChefPassport propose des ateliers et des rencontres entre des participants connectés à distance et des chefs dans leur cuisine. La gastronomie a ce singulier pouvoir de rassembler les êtres humains autour du plaisir originel, universel, des arts de la table. C'est idéal pour les événements de team building en entreprise !

La crise sanitaire a-t-elle eu un impact sur votre activité ?

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, ChefPassport est née avant la crise du Covid-19. La crise a bien-sûr joué en notre faveur, notamment avec l'augmentation des événements digitaux. Deux activités supplémentaires proposées par ChefPassport sont d'ailleurs nées de la crise sanitaire : les cours de cuisine en ligne pour fêter un événement et les sessions de cuisine en visioconférence pour les entreprises. Avec le développement du télétravail, il n'est pas évident pour les entreprises de maintenir l'esprit d'équipe et une certaine cohésion entre les collaborateurs. Dans ce contexte, ChefPassport apporte une réelle solution au sentiment d'isolement du salarié. Les cours de cuisine en visioconférence ont le vent en poupe auprès des entreprises qui représentent 90% de l'ensemble de nos clients. L'échange et le partage sont au cœur du processus. Distraire le collaborateur est un premier objectif. Un second, composante du team building à distance, mêle les notions d'activités ludiques et conviviales. Notre principe est de susciter la curiosité et de favoriser l'interactivité.

Quels sont les services proposés par ChefPassport ?

Plusieurs formules s'offrent au public. Nous avons la formule « TeamCook » pour un petit groupe de 20 personnes à près de 40 euros par personne. Cette formule est idéale pour un chef d'équipe qui souhaite récompenser son personnel au moyen d'un événement ludique. Puis, nous avons la formule « Cookinar » qui convient à un groupe de taille moyenne, entre 20 et 100 personnes, pour environ 20 euros par tête. Ce format s'adresse à des managers en Ressources Humaines, des Event managers ou encore des Chief Happiness Officers. Le chef dirige l'événement animé par un professionnel. Enfin, le « CookCast » est conçu pour un public plus large de plus de 100 participants. Le prix pour une participation coûte près de 10 euros par personne. Dans le cadre d'un « Cookcast », une session culinaire interactive, animée par un professionnel, peut être incluse au sein d'un événement plus large. Sur les deux dernières années, ChefPassport a organisé pas moins de 120 événements pour un total de plus de 3.000 participants.

Comment avez-vous assuré la promotion de votre activité ?

ChefPassport est une application numérique qui permet de mettre en relation des amateurs de cuisine avec des chefs du monde entier. En février 2020, nous avons lancé une vaste campagne promotionnelle sur Indeed et LinkedIn pour susciter l'intérêt de chefs. Cette campagne a bien marché et une quarantaine de chefs a rejoint ChefPassport. Notre concept leur offre une belle visibilité à travers le monde. Nous avons fait le constat que les participants préfèrent être accompagnés par de vrais chefs professionnels. Sur les 40 chefs qui ont fait le choix de





02



03

participer à l’aventure, plusieurs ont été formés par Danielle Diamond, notre experte en marketing événementiel et communication. Parler en ligne et stimuler les participants, ça s’apprend !

Nous avons également développé plusieurs produits de merchandising, comme des tabliers, des coffrets de couteaux de cuisine ou encore des planches à découper estampillées ChefPassport.

Avez-vous conclu des partenariats avec d’autres prestataires au Luxembourg et dans le monde, et dans le cadre de la World Expo 2020 à Dubaï ?

En 2021, nous avons conclu un partenariat avec HelloFresh aux Etats-Unis, pour livrer à domicile des boîtes contenant les ingrédients utiles pour les sessions culinaires. Nous avons également conclu un partenariat avec Crowd Cow, une société américaine qui livre de la viande pour l’organisation de sessions culinaires comme un grand barbecue,

par exemple. En Europe, en Australie et en Nouvelle Zélande, nous sommes sur le point de conclure d’autres partenariats, notamment avec The Spice Collection, une startup rencontrée à Dubaï dans le cadre d’une des missions économiques organisées par la Chambre de Commerce. Nous sommes également en pourparlers avec les sociétés Panelux et Luxlait rencontrées à Dubaï sur le Pavillon luxembourgeois.

Quel est votre modèle économique ?

J’ai financé le lancement de la société grâce à mes économies. En 2020, l’année de lancement de ChefPassport, je n’ai versé aucun salaire. Dès 2021, nous avons réussi à lever un premier montant de 60.000 euros avec l’aide de la Business Angels Association in Luxembourg (LBAN). Nous avons prévu une deuxième levée de fonds pour un montant de 400.000 euros et nous recherchons actuellement des investisseurs.

Jusqu’à présent, nous facturons des frais de

01. 02. Plusieurs Top Chefs formés par ChefPassport ont des soft skills utiles pour bien communiquer avec les clients.

03. Avant de créer ChefPassport, Matteo Ressa, originaire d’Italie, a travaillé pendant 20 ans comme ingénieur informaticien au sein de plusieurs grands groupes dans le monde.



04



05



06



07

04. 05. 06. En mai 2019, après avoir été diplômé du Founder Institute, un des plus grands accélérateurs de startups dans leur phase de pré-amorçage, Matteo Ressa a passé huit mois à établir des partenariats, à recruter des talents et à développer les fonctionnalités de la plateforme ChefPassport.com lancée en février 2020.

**« Aujourd’hui,
40 chefs ont rejoint
ChefPassport. »**

participation pour chaque cours, mais nous prévoyons d’introduire un modèle d’abonnement et de mettre en place un réseau d’affiliation pour promouvoir les marques des ingrédients et des ustensiles de cuisine utilisées par les chefs lors des cours de cuisine.

Le «Virtual Event Manager» s’occupe des plannings et des inscriptions et le «Virtual Event Producer» anime les sessions en tant que maître de cérémonie, pour assurer le bon déroulement de la manifestation. Après l’événement, une brève enquête est menée et les participants notent la séance. Un débriefing a alors lieu entre les organisateurs. Aujourd’hui, 40 chefs ont rejoint ChefPassport. Nous proposons une cuisine internationale en provenance d’une vingtaine de pays et nous avons réalisé environ 150 plats.

Avez-vous développé récemment de nouveaux produits et services ?

Un calendrier interactif a été mis en ligne. Il est désormais possible de réserver sa session culinaire en ligne et de choisir le type de cuisine. Nous sommes aussi en mesure de répondre à des demandes spécifiques

quant au déroulement de la session et au choix du menu.

La Top Chef Instructor Academy vient de voir le jour. Actuellement, un membre de notre équipe anime les formations en ligne. D’ici quelques temps, ces formations seront enregistrées et proposées en libre-service sur notre site. Nous avons créé plusieurs catégories de Top Chefs et nous formons ces chefs pour qu’ils soient aptes à parler devant des caméras ! S’ils obtiennent leur diplôme, ils seront certifiés Top Chefs et rejoindront notre académie.

Avez-vous des projets pour l’avenir de votre société ?

Nous envisageons de proposer des sessions privées et d’autres formats comme le « VirtualDine Time» qui a pour objectif d’offrir un moment de détente de 90 minutes pendant lesquelles les participants cuisinent en fonction de leurs aptitudes et partagent un repas simple et convivial. Nous allons également introduire des cours éducatifs, sur la prévention du gaspillage alimentaire ou le zéro déchet, en partenariat avec des experts qui pourront intervenir pendant la pause déjeuner.



Où vous voyez-vous dans trois ans ?

Lors de l'Expo 2020 à Dubaï, j'ai pris part à une conférence organisée par la Chambre de Commerce, au sujet du « métaverse » sur le thème de la nourriture. Il s'agit d'un univers numérique qui propose une nouvelle forme d'échange entre consommateurs et professionnels de l'alimentation.

Je veux être parmi les pionniers du métaverse et inviter nos chefs à pénétrer dans cet univers digital. ChefPassport pourra marquer les plats signatures d'un chef cuisinier en tant que NFT (Jetons Non Fongibles). Ces jetons pourront être utilisés en échange de biens, de services ou d'accès. Il sera, par exemple, possible d'acheter des produits spécifiques, d'avoir accès à un club ou aux recettes des chefs qui auront accepté d'apparaître dans ce monde parallèle. Nos chefs doivent se familiariser avec les NFT et

la communauté croissante des crypto-monnaies. Grâce aux NFT, notre mission sera de créer une communauté de membres fidèles à qui nous pourrions offrir des expériences spéciales et inoubliables. —

07. 08. 09. ChefPassport propose un ou plusieurs animateurs pour permettre au chef, filmé sous trois angles, de cuisiner et d'interagir avec l'audience.

10. 11. La recette choisie, chaque participant est invité à se procurer les ingrédients et le matériel de la recette pour suivre les étapes de la recette en ligne.

12. Matteo Ressa a fait de ChefPassport un outil de *team building* que Google, Amazon, Vodafone, Cisco ou encore Procter&Gamble ont déjà adopté.

Plus d'informations :

www.chefpassport.com

Success Story

Jacques Herz

Directeur-Gérant, Berl

*« Nous sommes
conscients de notre rôle
social et souhaitons
rester une société
humaine à orientation
humaniste. »*

— BERL —

De la tôle et des hommes

TEXTE Catherine Moisy
 PHOTOS Emmanuel Claudei / Focalize et Berl (09)

La société Berl fête en 2022 plus d'un anniversaire. Cela fait en effet 150 ans qu'elle s'est installée au Luxembourg et 20 ans qu'elle a pris ses quartiers dans son siège social actuel de Contern. La société, aujourd'hui spécialisée dans les travaux de tôlerie fine, a une longue histoire derrière elle, jalonnée d'évolutions, de décisions et aussi parfois de crises en fonction des aléas de la conjoncture. Son dirigeant actuel est Jacques Herz, arrière-petit-fils d'Hermann Herz, comptable de la société ayant épousé la fille du directeur en 1892 et ayant fondé la société A. Berl & Cie, avec son beau-père, en 1902. Décidément les années en « 2 » semblent porter chance à l'entreprise.

————— **L'histoire de l'entreprise est très longue et elle commence bizarrement à Paris, pouvez-vous nous expliquer cela ?**

Le fondateur de la société, Achille Berl est né en 1829 à Merzig en Sarre, non loin du Luxembourg. Dans les années 1850, il émigre à Paris pour aller travailler dans l'usine d'un oncle, puis il y crée sa propre société, une fabrique de lits en métal, en 1858, à 29 ans. Quelques années plus tard il fonde une unité de production à Clervaux (Aube- France), à 230 km à l'est de Paris. Et en 1872, il envoie le directeur de cette unité, Mayer Jonas, qui est aussi vraisemblablement un homme de confiance et un ami, né à Merzig comme lui, avec son neveu Mathias Berl, installer une filiale à Luxembourg. On suppose que l'opportunité offerte par le démantèlement de la forteresse et la mise en location à prix abordable, par le gouvernement luxembourgeois, de locaux industriels aménagés dans les anciennes casernes abandonnées, est à l'origine de cet intérêt soudain pour le petit pays voisin. Probablement aussi le fait que le Grand-Duché soit membre de l'Union douanière germanique (Zollverein) aura influencé cette décision. Il ne lui aura pas échappé que la matière première (acier et fonte) était disponible sur place et le marché local en pleine expansion, notamment grâce à un boum de la construction (déjà !) et à un grand besoin en équipements divers, notamment en mobilier. C'est peu après que mon arrière-grand-père, comptable, entre dans l'histoire de la société en épousant la fille unique de Mayer Jonas. L'histoire aurait pu s'arrêter au cours de la Seconde Guerre mondiale, quand mon grand-père a été contraint de s'exiler aux États-Unis. Mais celui-ci est revenu en 1945 au Luxembourg et a repris la gestion de son entreprise. Il est malheureusement décédé prématurément, un an seulement après son retour, alors que mon père était à



01. 02. Les machines utilisées pour le travail du métal (ici poinçonneuse et découpe laser) représentent des investissements importants qu'il s'agit de rentabiliser en développant les débouchés.



01

peine adolescent. L'entreprise a pu rester dans la famille grâce au dévouement du directeur comptable de l'époque, qui a assuré l'intérim de 1946 à 1958, en attendant que mon père ait l'âge de prendre les rênes à son tour. Pour ma part, je suis entré à la direction de l'entreprise en 1993.

Quelle est exactement l'activité de la société aujourd'hui ?

Pendant une longue période, la société s'est concentrée sur la fabrication de lits et de sommiers. Ce n'est plus notre cœur de métier aujourd'hui mais nous continuons à recevoir des commandes dans ce domaine. Dans les années 1960-70, Berl a fabriqué beaucoup de lits superposés et d'armoires-vestiaires pour l'Armée luxembourgeoise. Nous avons également honoré une importante commande de l'administration pénitentiaire pour la prison de Schrassig lors de son ouverture. Nous continuons à servir l'armée et nous équipons des centres d'accueil, et actuellement des foyers pour réfugiés.

Aujourd'hui, notre activité se partage en deux segments, la fabrication et le négoce. Nous avons ajouté cette dernière activité à la fin des années 1950 pour le mobilier de bureaux et de collectivités, les coffres-forts et les rayonnages. Nous la conservons aujourd'hui pour certaines commandes spéciales, si les produits sont déjà fabriqués par d'autres et qu'il ne serait pas rentable de les fabriquer nous-mêmes. Cela représente moins de 10% de notre chiffre d'affaires. Notre activité phare

est la fabrication, qui se répartit elle-même en deux segments à peu près équivalents, la sous-traitance industrielle et la fabrication sur mesure. La sous-traitance industrielle consiste en des travaux de tôlerie (tôles et tubes en acier, inox et aluminium, découpe laser, poinçonnage, pliage, cisailage, peinture...), soit la fabrication de pièces métalliques que d'autres entreprises intègrent dans leur propre processus de production, surtout dans la construction et l'industrie. Ce peut être des aménageurs de cuisines professionnelles, des ascensoristes, des électriciens, des chauffagistes, des fabricants de fenêtres, etc. La partie fabrication sur mesure consiste à concevoir et fabriquer du mobilier ou des éléments architecturaux en produits finis, comme des colonnes Morris, des boîtes aux lettres, des bancs... Pour cela, nous avons notre propre bureau d'étude avec une équipe de dessinateurs techniques, ou nous travaillons avec des architectes sur des projets d'urbanisme. Il nous arrive exceptionnellement de servir une clientèle de particuliers, mais cela reste marginal.

Cela fait 20 ans que vous êtes installés à Contern, est-ce que vous allez pouvoir y faire votre développement des 20 prochaines années ?

Dans la situation actuelle, j'espère que oui car la relocalisation d'une entreprise est une opération très compliquée et de longue haleine. Dès que je suis arrivé dans l'entreprise en 1993, ce déménagement était un de mes objectifs. Nous ne pouvions pas rester à Cessange car nos locaux n'étaient plus tout à fait conformes aux exigences de l'époque. Cela aurait été bien trop coûteux et compliqué de les mettre aux nouvelles normes et on nous aurait probablement interdit certains développements incompatibles avec la proximité d'une zone résidentielle. Peut-être n'existerions-nous plus à l'heure actuelle si nous n'avions pas pris cette décision de quitter la ville. Mais cela n'a pas été facile car la bulle internet a éclaté au début des années 2000 causant une crise et un krach boursier. Nos débuts sur le nouveau site ont donc été très difficiles car nous nous sommes retrouvés dans un creux d'activité. Cette crise-là a été parmi les



plus sévères pour nous. C'était la seule fois de notre histoire d'après-guerre où nous avons été contraints de licencier deux personnes pour raisons économiques. À l'époque, il n'a donc pas été possible de célébrer la nouvelle installation. C'est pourquoi, en 2008, au moment de fêter les 150 ans de l'entreprise, nous avons voulu marquer le coup pour le personnel, les clients et les fournisseurs. Nous avons même eu l'honneur d'être reçus en audience par le Grand-Duc car les entreprises d'une telle longévité sont très rares au Luxembourg.

En ce moment il y a des difficultés liées au coût et à la disponibilité de certaines matières premières. Comment cela vous affecte-t-il ?

Cela a commencé avec la Covid et continue de plus belle avec la crise ukrainienne. La flambée des prix de l'électricité et du gaz nous affecte car la peinture, la soudure et la découpe laser notamment sont des activités consommatrices d'énergie. L'augmentation

« En 2008, au moment de fêter les 150 ans de l'entreprise, nous avons voulu marquer le coup pour le personnel, les clients et les fournisseurs. »



02

du prix des matières premières - l'inox a plus que doublé et l'aluminium enregistre de très fortes hausses également- est un réel souci car dans notre activité, il n'est pas rare de faire des devis plusieurs mois à l'avance. Aujourd'hui, la validité de nos offres doit être limitée à 48 heures seulement. Nous nous réservons le droit d'ajuster nos devis tant que les commandes ne sont pas dûment confirmées. Dès la signature en revanche, nous commandons la matière immédiatement pour en bloquer le prix d'achat et nous la stockons ou nous demandons au fournisseur de la stocker jusqu'à son utilisation. Les choses se compliquent lorsque nous devons compléter des données dans des cahiers des charges. Heureusement, nous travaillons beaucoup pour l'industrie. Les entreprises clientes comprennent mieux la situation car elles subissent le même phénomène. Parfois, les clients tentent leur chance ailleurs puis reviennent vers nous et il faut à nouveau vérifier les prix. Nous actualisons nos devis en permanence pour ne pas perdre de l'argent. Cela

fait plus de travail car nous refaisons plusieurs fois les cotations. Nous sommes encore plus attentifs qu'avant à la solvabilité des clients, notamment ceux que nous ne connaissons pas encore, car il n'est pas souhaitable qu'à l'issue de ce surplus de travail, nous soyons face à des problèmes de recouvrement. Dans ce contexte volatile, nous sommes obligés de prendre des garanties. Nous envisageons d'ailleurs d'adapter nos conditions générales de vente pour systématiser le versement d'un acompte important à la commande, surtout pour couvrir les frais d'acquisition des matières premières, et aussi minimiser les risques.

Quelles sont les autres difficultés de votre métier ?

Trouver du personnel qualifié devient très difficile. Nous faisons attention au temps de trajet des personnes embauchées car si celui-ci est trop long, nos salariés se fatiguent et risquent de se démotiver après quelques temps. Sans compter les personnes qui partent pour

« Notre activité phare est la fabrication, qui se répartit elle-même en deux segments à peu près équivalents, la sous-traitance industrielle et la fabrication sur mesure. »

03. 04. 05. L'activité de Berl repose sur le savoir-faire d'une équipe de 26 personnes.

aller dans le public ou le paraétatique. Nous sommes très contents quand nous pouvons embaucher des gens qui n'habitent pas trop loin d'ici. Peu importe la nationalité ou le parcours. Ce qui compte le plus est qu'ils soient impliqués, volontaires et motivés.

Une autre de nos difficultés est la réponse à des soumissions publiques. Il nous arrive souvent d'être interrogés pour des types de travaux que nous n'avons pas encore faits, mais que nous sommes capables de faire et de nous voir préférer des entreprises étrangères pouvant se prévaloir d'expériences passées correspondant exactement à ce qui est recherché. Nous avons parfois l'impression que moins d'efforts sont faits pour encourager les entreprises locales à se développer que pour attirer des entreprises étrangères sur le sol luxembourgeois. Peut-être est-ce dû à une méconnaissance du terrain entrepreneurial.

Quels sont les facteurs clés de votre succès ?

Je pense sincèrement que notre plus gros atout réside dans le sérieux de nos équipes qualifiées et motivées. Celles-ci sont très stables et je crois pouvoir dire que c'est en partie le résultat de notre politique RH très humaine et familiale. Nos salariés apprécient l'ambiance générale, notre attention à chacun et notre compréhension des étapes de vie, plus ou moins heureuses qu'ils traversent. Nous sommes conscients de notre rôle social et souhaitons rester une société humaine avec une orientation humaniste. Nous avons réussi à instaurer une confiance mutuelle.

Ensuite, nous offrons une vaste gamme de produits et nous l'accompagnons de tous les services nécessaires, de la conception à la pose ou mise en place, en passant par la fabrication, la peinture etc. C'est un énorme avantage pour les clients de pouvoir

« L'augmentation du prix des matières premières est un réel souci car dans notre activité il n'est pas rare de faire des devis plusieurs mois à l'avance. »



03



04



05

s'adresser à un fournisseur unique pour toutes ces étapes. Notre service est parfois un peu plus cher mais nos clients apprécient énormément les économies qu'ils font sur les délais et les aspects logistiques.

Évidemment ces deux facteurs de succès sont complètement liés à un troisième, notre flexibilité, notre rapidité et notre disponibilité. C'est d'autant plus appréciable quand il s'agit d'effectuer une réparation qui ne peut pas attendre, par exemple sur un ascenseur. Enfin, je citerais comme dernier atout, la vision à moyen et long terme ainsi que la gestion prudente propres aux sociétés familiales. Les bonnes années, nous constituons des réserves en prévision des années plus difficiles. Notre long passé est une force qui nous confère stabilité et solidité, même si la vie d'une société n'est jamais un long fleuve tranquille.

En parlant d'avenir et de société familiale, est-ce que la relève par la prochaine génération est assurée chez Berl ?

Mon fils aîné a un BTS de dessinateur technique sur métal qui le prépare donc assez bien à nous rejoindre. Mais il est aussi très impliqué dans d'autres domaines très différents. Il est pompier volontaire. Je ne souhaite pas lui

mettre de pression pour influencer ses choix. Il n'y a pas d'urgence. Le métier de chef d'entreprise est très prenant et multi-casquettes. Il faut le faire par passion. J'en connais qui ont rejoint une entreprise familiale car ils s'y sont sentis obligés ou se sont juste dit « pourquoi pas », sans réelle motivation et ce n'est pas souhaitable.

Quelles sont vos perspectives d'avenir ?

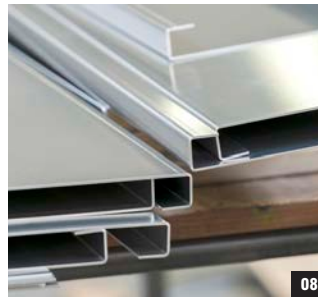
Nous avons fait le choix de continuer à nous développer et à embaucher. En effet, nous sommes dotés de nouvelles machines de pointe comme une plieuse et un centre de découpe laser, qui représentent des investissements lourds qu'il faut maintenant rentabiliser. Nous allons donc miser sur le développement de la sous-traitance industrielle. Par ailleurs, l'augmentation des salaires due aux tranches indiciaires accroît non seulement notre masse salariale, mais aussi le coût des contrats externalisés, comme l'entretien et la maintenance par exemple. J'ai une compréhension sociale du mécanisme de l'index, mais il faut reconnaître que d'un point de vue économique, cela n'est pas toujours facile et que cela nous contraint à un développement continu pour compenser les coûts supplémentaires. C'est donc une sorte de course en avant perpétuelle.



06



07



08

06. 07. 08. Les produits qui sortent des ateliers sont soit des pièces destinées à de la sous-traitance industrielle (7 et 8), soit des produits finis fabriqués sur mesure (6) comme des présentoirs, casiers, boîtes aux lettres...

09. Le stand Berl à l'exposition universelle de Dubaï en novembre 2021.

10. L'entreprise Berl a remporté un récent appel d'offre du Fonds Kirchberg pour une série de colonnes Morris.



09

Parlons maintenant de votre participation à la semaine Made in Luxembourg à l'Expo2020 Dubaï. Comment avez-vous été approché? Avez-vous tout de suite accepté?

J'ai reçu un message le 11 mai 2021 de la Chambre de Commerce pour me proposer de participer et j'ai d'abord hésité car le Moyen-Orient n'est pas une zone de prospection pour nous. Puis j'ai réfléchi et j'en ai parlé autour de moi. J'ai conclu que ce n'est pas tant la destination qui compte que la possibilité de nouer des contacts avec des personnes de la Chambre de Commerce et avec les co-exposants. Je connaissais et appréciais le concept des Expositions universelles. J'ai trouvé que c'était un honneur d'avoir été sélectionné pour représenter le label *Made in Luxembourg*, parmi les 1.600 entreprises qui le détiennent. Je n'ai pas regretté cette décision et me suis aperçu que tous les gens qui ont un rapport quelconque avec le Luxembourg, même infime, sont passés par le Pavillon.

Quelles sont les retombées à ce jour?

Cela nous a permis incontestablement de renforcer notre visibilité et notre notoriété. Comme nous agissons très souvent en tant que sous-traitants, nos travaux ne sont pas toujours visibles ou en tous cas les gens ne savent pas qu'il s'agit de nos réalisations. Pour une fois, nous étions mis en avant et nous nous distinguions des autres exposants car nous opérons tous dans des domaines très spécifiques, sans concurrence. Au contraire, nous avons noué des contacts intéressants entre nous, dont certains pourraient déboucher sur des collaborations à l'avenir. Paradoxalement,

Dubaï nous a ainsi permis de rencontrer des partenaires potentiels du marché luxembourgeois. C'est un petit peu comme lorsque nous participons à des missions économiques à l'étranger. C'est bien souvent à l'intérieur de la délégation luxembourgeoise que nous nouons les meilleurs contacts, qui pensent ultérieurement à nous pour des travaux. Par contre, il est indispensable de faire un suivi et des relances car rien ne se concrétise du jour au lendemain. Pour ma part, j'ai saisi cette occasion pour emmener notre responsable technique qui a 25 ans d'ancienneté. Nous n'avions pas encore pu fêter ce cap à cause de la Covid. Ce voyage a été une belle occasion de récompenser son engagement et sa fidélité. —

« Je pense sincèrement que nos plus gros atouts résident dans le sérieux de nos équipes qualifiées et motivées ainsi que dans notre flexibilité, notre rapidité et notre disponibilité. »



10

Plus d'informations:

<https://www.berlux.com/fr/accueil>

Success Story

Britta Jaegde-Crott

Fondatrice et CEO,
Green Innovation



— GREEN INNOVATION —

Le pouvoir de l'innovation

TEXTE Catherine Moisy
 PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Britta Jaegde-Crott est indéniablement curieuse et passionnée. Elle souhaite mettre cette énergie créatrice au service d'innovations capables de changer la donne en matière d'environnement. Il y a quelques années, elle quitte donc sa brillante carrière dans la banque pour consacrer son temps et ses moyens au développement de produits innovants, qui ont le potentiel de révolutionner la façon de faire de l'agriculture ou même du jardinage, plus généralement, la façon de prendre soin de la terre et de ce qu'elle nous donne, à commencer par les plantes et les cultures. Britta a déjà eu l'occasion de nouer quelques contacts dans le monde entier et de présenter ses produits sous plusieurs latitudes. L'expo 2020 Dubaï, à laquelle elle a eu la chance de participer au sein du Pavillon luxembourgeois, lui a encore ouvert quelques nouvelles portes.

Quel est votre parcours et qu'est-ce qui vous a donné envie de créer Green innovation ?

Après une longue carrière dans la banque, j'ai eu envie d'investir et de m'investir dans des projets innovants. J'ai créé ma société en 2012 et je l'avais d'abord appelée Luxury Innovation car je m'intéressais à l'innovation dans le secteur du luxe, notamment les bateaux et les montres. Puis j'ai réalisé que je m'épanouissais beaucoup plus au contact de la nature et j'ai commencé à m'intéresser à la permaculture (mode d'agriculture consistant à imiter le fonctionnement des écosystèmes naturels qui respectent la biodiversité, ndr). Je voulais avoir un grand jardin pour y mener des expériences allant dans ce sens, avec l'idée de devenir un peu plus indépendante au niveau de ce que je consomme. C'est à ce moment-là que j'ai eu l'occasion d'acheter une pépinière abandonnée, en Allemagne près de la frontière luxembourgeoise. Elle était dans un état épouvantable mais c'était exactement ce que je cherchais avec 4 hectares d'arbres fruitiers et de prairies, un endroit où faire des plantations et un hangar. Il a d'abord fallu analyser la terre pour savoir s'il était possible d'y faire des cultures « bio ». J'ai commencé par une serre de 120m² mais il s'est avéré qu'il fallait améliorer la terre et je souhaitais le faire de manière naturelle. En faisant des recherches, je suis tombée sur une équipe de Dresde qui souhaitait redonner vie à une recette de fertilisant développée avant la chute du mur de Berlin, mais oubliée depuis. J'ai donc décidé de développer des produits à base de cette recette et de renommer ma société Green innovation.

« Travailler entouré de plantes est excellent pour le bien-être et l'équilibre. »

« Green innovation commercialise un produit totalement naturel ayant beaucoup de propriétés qui font de lui un excellent engrais et fertilisant. »

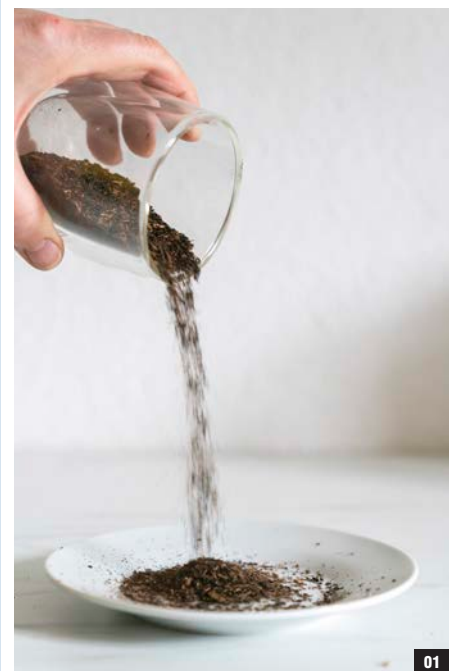
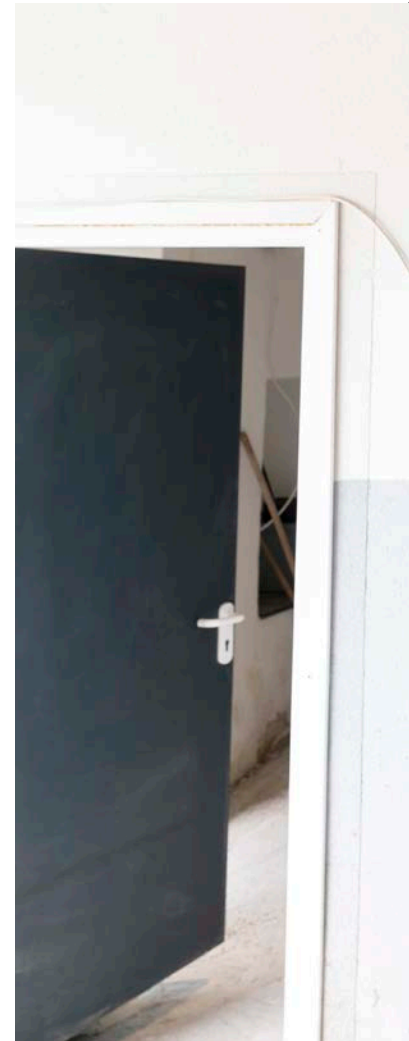
Quelle est exactement l'activité de la société aujourd'hui ?

Green innovation commercialise un produit totalement naturel, fabriqué entre autres à base de terre volcanique et d'acide humique, ayant beaucoup de propriétés qui font que c'est un excellent engrais et fertilisant. Avant de le commercialiser, il a fallu le tester. Pour cela j'ai notamment pris des contacts en Iran au moment de la levée de l'embargo en 2016 car j'avais lu qu'il y avait de gros problèmes dans ce pays pour faire pousser les cultures. Le gouvernement iranien m'y a octroyé un terrain expérimental de 1.000m². Nous y avons fait des plantations de riz dans différents carrés où nous avons testé différents dosages. Nous avons fait analyser le riz ainsi produit par un laboratoire de Berlin et il se trouve qu'il était naturellement « bio » grâce à notre engrais naturel. Je suis retournée 4 à 5 fois sur place pour améliorer le processus, mais depuis 2018 tout a été stoppé à cause de nouvelles sanctions prononcées contre l'Iran. Alors j'ai décidé de leur expédier plusieurs tonnes de produit mais la cargaison n'a jamais pu franchir leur frontière. Avec les taxes à l'entrée, le produit était devenu beaucoup trop cher. C'est alors que j'ai eu l'idée de développer une version concentrée du produit sous forme de poudre, beaucoup plus pratique (petit volume, faible poids) et moins couteuse, pour des expéditions dans le monde entier.

Qu'apportez-vous de différent par rapport aux autres engrais qui existent sur le marché ?

Le premier atout de mon produit est qu'il est multi-talents. Il ne sert pas seulement d'engrais. Il fait bien d'autres choses. Les engrais classiques sont fabriqués à base d'ammoniaque et leur fabrication nécessite beaucoup d'énergie, alors que l'ammoniaque existe au naturel dans les excréments

d'animaux. Mon produit peut récupérer cette ammoniaque de façon naturelle. On le répand sur le sol des étables et il absorbe tout simplement l'ammoniaque. Ainsi on garde les bons éléments du lisier. Cette solution est actuellement en test chez un éleveur de Fentange. Si l'agriculteur est équipé pour fabriquer du biogaz, notre produit peut en plus accélérer la fermentation pour offrir de meilleurs rendements. L'avantage de mettre notre produit dans les étables est que grâce à ces capacités d'absorption, la quantité de CO₂ émise baisse drastiquement, ainsi que les mauvaises odeurs, donc les nuisances pour le voisinage. La baisse du CO₂ nous la mesurons grâce à des capteurs installés dans les fermes tests. Nous avons aussi installé des capteurs dans les sols des exploitations pour mesurer l'amélioration de la qualité de la terre grâce à notre produit, notamment sa capacité à retenir l'eau. Ceci sera très utile lors d'étés chauds et secs par exemple. Les plantes traitées résistent mieux car leurs racines deviennent plus fortes et longues et vont chercher l'humidité plus profondément. En partenariat avec l'entreprise de blockchain Filedgr, nous sommes allés encore plus loin. Nous avons développé le concept d'une application pour les agriculteurs. Celle-ci croise les données des capteurs installés dans le sol avec les prévisions météo pour alerter sur le meilleur moment pour épandre notre produit. Comme celui-ci aide à capter le CO₂ et que cela est mesurable, mon idée était de permettre aux agriculteurs de vendre des certificats CO₂ à des entreprises en ayant besoin. Cela leur ferait un complément de revenu. Notre produit est donc à la base de tout un écosystème plus rentable, plus durable et plus économique, donc totalement vertueux. Pour le moment je n'ai pas réussi à obtenir de financement public pour cette démarche, mais cela ne m'empêche pas de continuer à réfléchir sur ces questions et à





02

mettre au point des solutions. Je voudrais que le Luxembourg soit précurseur dans ce domaine.

Pourquoi le Luxembourg ?

Il est vrai que je suis originaire du nord de l'Allemagne où mes grands-parents avaient une ferme. J'ai été élevée parmi les vaches et les grands espaces de nature, d'où mon intérêt pour le monde agricole.

Après des années de carrière bancaire au Luxembourg, j'ai souhaité me rapprocher de l'art de vivre de mon enfance. Travailler entouré de plantes est excellent pour le bien-être et l'équilibre. Je suis arrivée au Luxembourg en 1992 pour travailler à la Deutsche Bank et depuis, ma vie est ici. Après 40 ans dans la finance j'ai voulu changer de vie, mais pas de pays !

À qui s'adressent vos produits ?

Ils existent en différents formats pour s'adapter à des besoins différents. Pour les

particuliers, la version 2L, ou 10L pour les grands jardins, correspondent à la consommation d'une saison. Pour les fermiers nous avons un format 20L. La gamme s'adresse donc aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels.

La gamme concentrée quant à elle, est très adaptée à une clientèle internationale. Avec 350g de poudre ultraconcentrée, on obtient 1.000 litres de fertilisant. Il suffit de rajouter de l'eau, 1 litre de mélasse de sucre et 48 heures d'aération. Il est donc possible d'expédier ces petits colis par DHL partout dans le monde. C'est le système de Coca-Cola qui fait fabriquer ses boissons dans le monde entier à partir d'extraits concentrés. Dans certains pays les agriculteurs peuvent mutualiser l'achat de la poudre et les 1.000 litres d'engrais obtenus.

Vous indiquez sur votre site internet que votre activité est à la croisée entre la biologie, la technologie et le médical.

01. Avec 350g de poudre hyper concentrée il est possible d'obtenir 1.000 litres d'engrais.

02. Les mélanges sont opérés sur le site de production situé à Ermsdorf. Le logo de Green innovation évoque les 3 pistes d'innovation de la société : biologie, technologie et médical.

« Les plantes traitées résistent mieux car leurs racines deviennent plus fortes et longues et vont chercher l'humidité plus profondément. »

« Notre procédé de fabrication et les emballages que nous utilisons ont un faible bilan carbone. »



Pouvez-vous expliquer pourquoi ?

La biologie est la science du vivant. Les plantes, les animaux et leurs interactions relèvent bien de cette science et c'est la base de mon activité. Le côté technologique réside dans l'utilisation de capteurs et dans l'application mise au point pour les agriculteurs. J'étudie également la possibilité d'utiliser la *blockchain* pour la traçabilité de mes produits de bout en bout. Toujours dans l'idée de rendre les exploitations agricoles le plus autonome possible, je suis en train d'étudier, avec un jeune ingénieur allemand, la mise au point d'une mini éolienne de toit. Celle-ci sera complémentaire des panneaux photovoltaïques. Quant au côté médical, il va se développer à plus long terme mais l'idée est de remplacer les antibiotiques pour animaux. Mais dans ce domaine les processus sont plus longs, car il faut franchir des étapes très réglementées pour prouver l'efficacité et l'innocuité du produit. Les pictogrammes de mon logo reprennent ces trois dimensions : la croix pour le médical, la feuille pour le côté « bio » et les engrenages pour symboliser la technologie.

En quoi vos produits sont-ils une réponse au changement climatique ?

Tout d'abord car notre procédé de fabrication et les emballages que nous utilisons ont un faible bilan carbone. Ensuite, nous produisons localement et pour les expéditions lointaines nous utilisons la version concentrée qui est très légère et ne nécessite pas de moyens de transport importants. Mais c'est surtout l'action du produit qui est fondamentale. Les plantes traitées interagissent mieux avec l'air qui les entoure. Elles absorbent plus de CO₂ et cette efficacité est

mesurable grâce aux capteurs que nous installons. On peut donc voir très rapidement l'effet du produit sur les rejets de CO₂ des exploitations.

Comment expliquer le besoin d'ajouter des additifs à la terre ? La nature n'est-elle pas autosuffisante ?

La nature est en effet autosuffisante mais nous l'avons abîmée en utilisant des engrais et des herbicides chimiques. Ceux-ci présentent en plus l'inconvénient de partir avec l'eau de pluie. Il faut donc en remettre régulièrement et cela amplifie le phénomène d'usure et de pollution des sols. Les monocultures empêchent également les sols de se régénérer. Or la majorité des cultures sont faites sur ce modèle à l'heure actuelle.

Quelles sont les principales difficultés de votre métier ?

La concurrence est très importante et les gros acteurs dominent le marché. Ceux-ci ne voient pas d'un très bon œil l'arrivée d'une solution facile d'utilisation et moins chère. Dans chaque pays, au moment de demander une licence, nous faisons donc face à des barrières mises en place par les grands acteurs déjà présents. Nous sommes une petite société encore méconnue. Il nous est donc difficile de convaincre les fermiers d'utiliser nos produits plutôt que ceux auxquels ils sont habitués. Or nos solutions peuvent casser la spirale négative d'usure des sols. Par ailleurs, en utilisant nos produits, les fermiers peuvent vendre sous label « bio » et ainsi mieux gagner leur vie.

Comment faites-vous connaître vos produits ?

Sur le marché local je vends mes produits sur LetzShop. Je vais aussi exposer à la foire agricole d'Ettelbruck début juillet. Pour le marché belge, je suis en négociation avec une enseigne de bricolage. Ma fille a rejoint le projet. Elle va m'aider à améliorer notre site internet et à faire la promotion sur les réseaux sociaux.

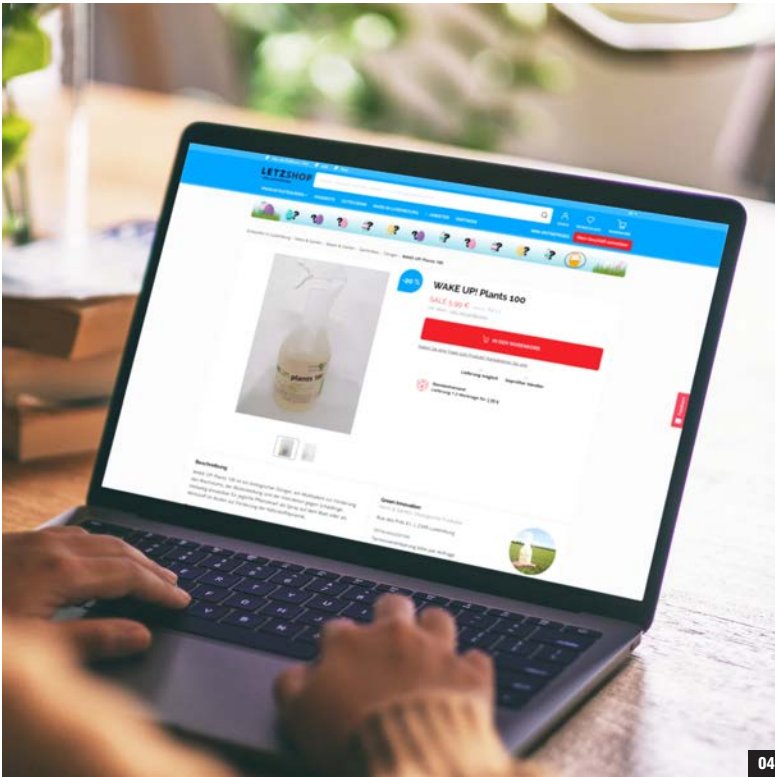
Pour l'international, je me concentre pour le moment sur les marchés où j'ai déjà fait des tests et des démonstrations, par exemple le Maroc. Des amis y ont créé une société dédiée. Je fais de même au Kenya avec un contact luxembourgeois qui est sur place. En Espagne, je passe par des amis qui ont des fermes. J'utilise donc beaucoup mon réseau personnel pour le moment.

Pouvez-vous bénéficier d'aides publiques grâce à votre positionnement green ?

Mes démarches auprès du ministère de l'Agriculture n'ont pas abouti mais j'ai appris que mon dossier avait été transmis au ministère de l'Économie. Parallèlement, je me suis rapprochée de la commune de Differdange qui cherche des solutions pour réduire ses émissions de CO₂.

Quelles sont vos perspectives d'avenir ?

D'abord développer les débouchés à l'international grâce à l'expédition de ma formule concentrée. Le produit est entièrement organique. Il ne présente donc aucun dangers de transport. Ensuite je voudrais trouver d'autres applications à mon produit. Par exemple, j'ai mené une phase expérimentale en Iran pour l'ajouter à la nourriture des poulets pour faire baisser la teneur en ammoniacque de leurs



04

03. La gamme complète comprend plusieurs formats pour s'adapter aux besoins de différentes clientèles, du jardinier occasionnel à l'agriculteur. Le nom du produit *Wake up* est très évocateur et parle au plus grand nombre sans besoin de traduction !

04. Pour les particuliers, les produits sont disponibles sur la plateforme *Letzshop.lu*.

05. Les plantes traitées avec *Wake Up* interagissent mieux avec le sol et l'air ambiant ; elles sont ainsi en pleine santé.



05

déjections. Cela serait très utile car dans les grands élevages beaucoup de poules meurent à cause des émanations d'ammoniaque. Je souhaite donc développer cette piste mais cela nécessite de nouveaux investissements pour mener les études scientifiques adéquates. Une dernière piste que j'étudie pour l'avenir est le développement d'une gamme végétale. L'acide humique est en effet un composant provenant de matières animales. Il faudra donc trouver un substitut. Pour certains marchés le côté végétal est important. Mais ma priorité pour un avenir proche est bien de développer mes ventes au Luxembourg et dans les pays limitrophes.

Parlons maintenant de votre participation à la semaine Made in Luxembourg à l'Expo2020 Dubaï. Comment avez-vous été approchée et avez-vous tout de suite accepté ?

J'ai fait les démarches pour obtenir le label Made in Luxembourg début 2021. Quand je me suis déplacée à la Chambre de Commerce pour le recevoir, l'équipe des affaires internationales m'a parlé de cette possibilité d'exposer mes produits à Dubaï en novembre. Leur volonté était de montrer la variété des produits fabriqués au Luxembourg. J'ai été tout de suite séduite par cette opportunité, d'autant que mes produits sont faciles à présenter.

Quelles sont les retombées à ce jour ?

Cette expérience a été très porteuse car le monde entier a visité le Pavillon luxembourgeois. La clientèle business était très présente le matin et tard le soir. J'ai été contactée par le Golf Club Jumeirah, très intéressé par le fait que mon produit aide à retenir l'humidité dans le sol, ce qui représente des perspectives de moindre arrosage. Un autre client potentiel s'est montré intéressé pour des terrains de football en Angleterre. Je suis en train de faire les démarches pour une licence pour l'Inde. L'émirat de Dubaï est intéressé pour l'arrosage des plantes car les engrais traditionnels ne marchent pas très bien avec l'eau usée qu'ils utilisent à cet effet. La ministre de l'Agriculture du pays a un plan ambitieux. Elle a été formée en Allemagne. Je vais lui proposer tout mon écosystème vertueux. Cela pourrait les intéresser dans le cadre de la conversion du site de l'exposition en écoquartier.

Par ricochet, plusieurs contacts luxembourgeois connaissent désormais mieux les avantages de ce que je propose. Cette participation a donc été très bénéfique. —

« L'expérience de Dubaï a été très porteuse car le monde entier a visité le Pavillon luxembourgeois. »

Plus d'informations :

www.green-innovation.lu

Meet our Members



— AMPACET —

For new and innovative solutions

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

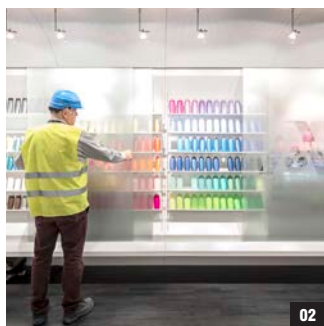
Founded in 1937, Ampacnet Corporation is a leading global masterbatch supplier committed to designing innovative, custom colour, special effect, high performance and sustainable products and solutions. Ampacnet also manufactures a proprietary line of machinery and feeders for the plastic industry aimed to improve efficiencies in plastics manufacturing. (Visited 18 March 2022).

———— Ampacnet Europe houses on its Luxembourg site one of the European factories of the group, an R&D laboratory as well as a conception and design centre. Since arriving in the Grand Duchy in 1995, first in Windhof and then in Dudelange, Ampacnet has seen continuous growth. The company has already invested more than EUR 40 million in Luxembourg, by setting up, twice, new production lines in Dudelange and installing its European distribution centre within the Eurohub South logistics park (in Bettembourg/Dudelange). Ampacnet's speciality formulations can be found in products in the automotive, housewares, personal care, pharmaceutical and medical, sporting goods, agricultural, and many other markets. Headquartered in Tarrytown, N.Y., Ampacnet employs more than 2,000 people worldwide, with 26 manufacturing sites including technical and colour development centres in 19 countries throughout the Americas, Asia and Europe. Ampacnet Europe currently employs 526 people, including 211 in Dudelange, Luxembourg. Interview with Marcello Bergamo, Ampacnet Europe Managing Director.

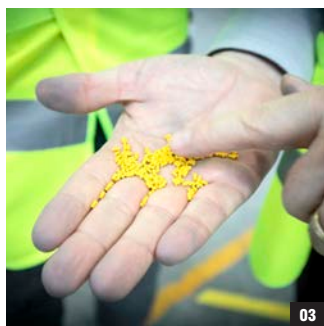
What projects are you currently working on?

On a sustainability level, Ampacnet has been, is currently, and will continue to be, proactive with its sustainable masterbatch solutions for environmental and societal concerns. With 'Environmental Care' as one Ampacnet core value, the Ampacnet R3 sustainability programme represents the company's global commitment to sustainable development, offering a growing portfolio of innovative masterbatches benefiting customers, the industry, and the planet.

Ampacnet R3 masterbatch solutions support customers in achieving their sustainability objectives and voluntary commitments through improved product designs for the circular economy, the use of optimized content from post-consumer recycled material, reduction of fossil-based



02



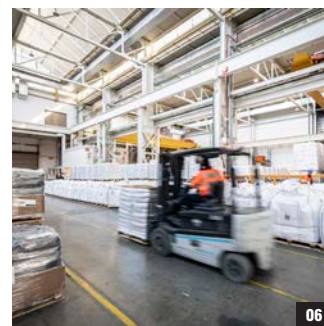
03



04



05



06

01. (From l. to r.): Frédéric Garber, Manufacturing Director Ampacet EMEA; Marcelo Bergamo, Ampacet Europe Managing Director and Carlo Thelen, CEO of the Chamber of Commerce.

02. 03. 04. 05. 06. Ampacet is committed to achieving sustained growth and profitability by designing innovative, cost-effective and sustainable solutions to enhance plastics' visual appeal, functionality and performance beyond limits.

raw materials consumption, and adoption of alternative end-of-life scenarios.

Ampacet is also investing heavily in projects related to the medical and pharmaceutical markets. Those investments are aimed to support a society driven by changes like an ageing population, dietary changes, development of home healthcare, the COVID-19 pandemic, as well as the increased usage of sterilised and disposable accessories for safety. Plastics have become vital and essential in the medical market as they are replacing conventional materials such as metal, ceramic and glass for their mechanical properties, ease of processing, quality, durability, cost-effectiveness, lightweight features, and ability to take on complex shapes as well as being easy to sterilise.

Ampacet's unique knowledge and skill set in the use of materials gathered from multiple industries combined with the know-how of its regulatory experts, has led to a portfolio of masterbatch solutions that have been specifically designed for the medical and pharmaceutical markets. The Ampacet ProVital range meets high industry requirements and is compliant with stringent medical regulations.

What achievements are you particularly proud of?

We are very proud of the success of our REC-NIR-BLACK product range that has been named a Plastic Recycling Awards Europe winner in the category of Product Technology Innovation of the Year. While most black packaging cannot be sorted by recycling

companies and can only be disposed of in a landfill or used for energy recovery, packaging using Ampacet's REC-NIR-BLACK carbon black-free masterbatch is near-infrared (NIR) transparent to allow scanning by NIR technology for automated sorting at recovery facilities. We are also proud of the way we managed the COVID-19 crisis by being able to respond to a strong demand for the essential products that we manufacture for the health and hygiene industries. The Ampacet team demonstrated the highest level of ingenuity, resilience and tenacity during this complex period.

When was the last time you had a doubt?

Being able to continue serving the vital markets such as pharma and medical, hygiene, food industry and baby care during the COVID-19 crisis, despite employees on sick leave, raw material shortages, transport constraints and other force majeure. Our production planning was overloaded. We ran 24 hours a day, 7 days a week. We even had to establish a priority list to be sure to satisfy customers serving critical markets.

What does it mean for you to have an entrepreneurial spirit?

Having and feeling the responsibility of the company, the business, and the employees to ensure they all have a future, a better future. To me, this is the approach a manager should have and adopt to maintain and prolong the business-life of a company. How to do that? By having an ethical and moral approach towards employees, customers, suppliers. To all

business parties, treating them as you would like to be treated. In other words, being fair. It is also being coherent with the business approach, decisions, and way to manage it and anticipating the market changes, thinking strategically on mega-trends, which help position the business for future demands.

Did the COVID crisis have an impact on your business and what do you think the Chamber of Commerce could do to support you?

As mentioned previously, COVID-19 put a strain on our business, increasing the demand of our products. From a staff perspective, like any other company, we had to face absences due to sickness, but we managed this in a way that allowed us to reduce the impact on both production and service. Our business was/is considered an essential business as we provide the base-materials for the pharma, medical and food industries. We have been committed to prevent the interruption or breaking up the supply chain, by prioritising those segments and keeping the production running. As Ampacet operates internationally, the Chamber of Commerce can support the digitalisation process by automating the import/export activities that require certification and/or legalisation of the invoices through the embassy or consulate of the exporting country. Ampacet currently uses the digital platform from the Belgium Chamber of Commerce that provides this service, which connects Ampacet, the Chamber of Commerce and the Embassy. —

Meet our Members



— CREAHAUS —

Construire sur la confiance

TEXTE Corinne Briault

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Actif depuis plus de 30 ans sur le marché de l'immobilier luxembourgeois, CREAHAUS a accumulé une expérience et un savoir-faire indéniables, tant dans l'immobilier résidentiel que dans la réalisation de bâtiments accueillant des bureaux et des commerces.

(Visite du 04 mars 2022).

Arrivé d'Espagne dans les années 1970, Bernard Olmedo débute sa carrière comme agent immobilier au Luxembourg en 1980. Il fonde CREAHAUS dix ans plus tard avec Gilbert Thibo. Ce dernier cède ses parts de l'entreprise en 2018 à la famille Olmedo, Bernard et son fils Laurent, qui l'a rejoint en 2007. Avec plus de 30 années d'expérience dans l'immobilier luxembourgeois, CREAHAUS a acquis une fine expertise des procédures et travaille avec des entreprises et des artisans de confiance afin de développer des projets qui répondent en tout point aux attentes de ses clients. Certains d'entre eux sont d'ailleurs fidèles au groupe depuis de très nombreuses années et lui ont confié la réalisation de plusieurs logements. CREAHAUS rassemble en son sein une diversité de savoir-faire allant des commerciaux aux assistants spécialisés (achats, actes notariés, paiements...) des dessinateurs, mètres/chiffreurs aux ingénieurs et aux techniciens. Experte dans le développement de projets immobiliers résidentiels (résidences et maisons individuelles), l'entreprise est également à l'origine de bâtiments accueillant des bureaux et des commerces qui répondent à la forte demande des professionnels et des entreprises.

Entretien avec Bernard Olmedo, fondateur et administrateur et Laurent Olmedo, administrateur.



01



02



03



04



05



06

01. (De g. à dr.) Laurent Olmedo, administrateur; Adeline Pazzaglia, administratrice; David Pinto, administrateur; Jessica Luzio, administratrice, CREAHAUS; Carlo Thelen, directeur général, Chambre de Commerce et Bernard Olmedo, fondateur et administrateur CREAHAUS.

02. 03. CREAHAUS regroupe de nombreux savoir-faire qui lui permettent de développer de nombreux projets : résidences, maisons individuelles bâtiments accueillant des bureaux et des commerces.

04. 05. 06. Au nombre des projets : l'immeuble résidentiel Renaissance (04), Malia à Mamer (05) et Brahm's à Bertrange (06).

Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

L'essence même de notre métier est de développer des projets. Nous en avons donc toujours en cours, car entre l'achat d'un terrain et la sortie de terre d'une résidence, il peut s'écouler plusieurs années, en raison des études de faisabilité et des autorisations accordées par les administrations. À ce jour, nos équipes travaillent sur le développement d'environ 900 logements et plus de 300 logements sont actuellement en cours de construction. Parmi les projets principaux, nous pouvons, entre autres, citer l'immeuble Renaissance situé route d'Arlon à Luxembourg (ancien site de la clinique Bohler) ou le développement du lotissement Arquebusiers à Belair. Puis, au niveau interne, nous allons intégrer toute la partie comptabilité jusqu'alors externalisée. Nous travaillons sur une nouvelle organisation de nos services. Nos effectifs ont doublé en deux ans, cela implique de nombreuses réflexions et défis car nous souhaitons conserver cet esprit familial qui nous est cher.

Votre plus grande fierté ?

Le fait que le groupe ait réussi une passation de pouvoirs entre les deux fondateurs, que la famille Olmedo soit aujourd'hui présente entièrement dans le groupe et que l'arrivée de la deuxième génération (*Laurent Olmedo, ndr*) se soit parfaitement bien passée. Puis, en 2019, le fait d'avoir ouvert le capital aux collaborateurs de la société à hauteur de 30 %. Un véritable plus en matière de motivation de chacun ! Nous sommes fiers de pouvoir dire aussi que chez nous, l'ascenseur social marche bien et que chacun a sa chance d'évoluer au fil des années.

La dernière fois que vous avez douté ?

Tous les jours, sur tous les projets que l'on nous propose et sur lesquels il faut se positionner ! Nous avons aussi beaucoup douté lorsque tout a dû fermer au début de la pandémie.

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

Savoir s'entourer des bonnes personnes, qui sont expertes dans leurs domaines et savoir les écouter pour prendre la bonne décision, car un chef d'entreprise est responsable non

seulement de ses collaborateurs, mais aussi de leurs familles.

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 été à l'arrêt lors du confinement et nous avons pris beaucoup de retard sur les chantiers. Depuis la reprise, nous sommes totalement la tête dans le guidon car les demandes ont bondi et aujourd'hui nous n'arrivons presque plus à suivre, d'autant plus que nous subissons des pénuries de main d'œuvre et de matériels sur lesquelles nous n'avons plus la main ! Cela rend la situation difficilement tenable. Pour ce qui touche à l'immobilier en général, la Chambre de Commerce pourrait en premier lieu agir pour limiter l'accès à ces professions car beaucoup se lancent sans connaître le secteur et cela nuit à toute la profession. Puis d'autre part, la Chambre de Commerce pourrait jouer de son influence pour faciliter et écourter les délais des autorisations administratives, car 15 ans pour développer un projet, c'est très long et cela demande une certaine assise financière ! —

Meet our Members



— TEXTILCORD STEINFORT —

Du fil aux cordes

TEXTE Corinne Briault

PHOTOS Emmanuel Claude /Focalize

Spécialisée dans la fabrication de toile de renfort adhésiée pour l'industrie pneumatique et pour toutes les applications caoutchouc nécessitant un renfort, Textilcord Steinfort s'est diversifiée au fil de ses presque 60 années d'existence. L'entreprise est aujourd'hui capable de transformer toutes les fibres textiles utilisées par les pneumaticiens.
(Visite du 25 février 2022).

Fondée en 1965 par le groupe belgo-américain Uniroyal Englebert afin de produire de la toile nylon pour les pneus à carcasses diagonales, l'usine Textilcord de Steinfort est passée ensuite aux mains de Continental AG pendant 18 ans, puis a fait partie du groupe autrichien Glanzstoff jusqu'en 1997. En 2017, Glanzstoff intègre Indorama Ventures Company, leaders mondiaux dans la fabrication de polyester.

Au fil du temps, Textilcord s'est diversifiée et peut transformer toutes les fibres textiles nécessaires aux pneumaticiens tel que la rayonne, le nylon, l'aramide et le polyester. La production se décline en 3 *process* : le câblage (la fabrication d'une corde à partir d'une fibre sous la forme d'un fil plat), le tissage (assemblage de cordes à l'aide d'un fil de trame pour fabriquer un rouleau appelé rouleau *greige*) et l'imprégnation et l'étirement à chaud (traitement chimique des rouleaux *greiges* par trempage dans un mélange de latex et de résine afin de permettre à la gomme du client d'adhérer au tissu, ainsi que le traitement thermique pour donner au tissu les propriétés physiques demandées par le client par exemple l'élasticité, la résistance à la rupture, l'allongement). En 2020, les besoins engendrés par la pandémie de Covid ont amené Textilcord à mettre en place une nouvelle ligne de production dédiée à la fabrication de masques chirurgicaux.



01. (De g. à d.) Edith Stein, Affaires Internationales de la Chambre de Commerce; Céline Vuarnesson, managing director Textilcord Steinfort; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce et Corinne Briault, rédactrice en chef magazine Merkur, Chambre de Commerce.

02. 03. 04. 05. Textilcord peut transformer toutes les fibres textiles nécessaires aux pneumaticiens tel que la rayonne, le nylon, l'aramide et le polyester et peut fournir des clients issus de secteurs aussi variés que l'aviation, l'agriculture, la compétition sportive ou le médical...

06. 07. Depuis 2020, Textilcord Steinfort a mis en place une nouvelle ligne de production dédiée à la fabrication de masques chirurgicaux.

Aujourd'hui, Textilcord Steinfort emploie 130 personnes actives dans différents domaines tels que la recherche et le développement, la qualité et la logistique, la qualité et la production, la maintenance et l'administration. L'entreprise peut fournir des secteurs aussi variés que l'aviation, l'agriculture, la compétition sportive ou le médical. Elle compte, par exemple, parmi ses clients: Continental, Good Year, Michelin, Orca ou ArianeGroup. Entretien avec Céline Vuarnesson, managing director.

Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

Les principaux concernent les réductions énergétiques sur le site. Nous avons été accompagnés par le gouvernement dans le cadre du projet *Neistart Letzëbuerg* afin de réduire les consommations électriques pour les éclairages, les moteurs et en gaz pour les *process* d'imprégnation. Notre production utilise des fours, nous travaillons sur un nouveau système de traitement des émissions gazeuses. Cela représente de gros investissements. Enfin, nous allons certainement

pérenniser la production de masques qui est installée dans une zone propre à l'écart de nos autres activités. Nous pouvons produire jusqu'à 20 millions de masques par an. Il s'agit principalement de fournir nos usines sœurs et le marché local luxembourgeois. Pour cette activité, Textilcord s'approvisionne directement chez Indorama qui lui fournit le matériau filtrant nécessaire à la fabrication.

Votre plus grande fierté ?

Sans conteste les équipes présentes sur le site : 26 nationalités différentes, aux compétences diverses, toujours très ouvertes à nos différents besoins.

La dernière fois que vous avez douté ?

Ce matin ! Il n'y a pas un jour où je ne doute pas ! Chaque décision prise s'inscrit dans un doute.

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

Etre résilient, savoir anticiper et saisir les opportunités. Il y a une citation qui pour moi reflète parfaitement ce qu'est être un entrepreneur: les

espèces qui survivent ne sont pas les plus fortes, ni les plus intelligentes, mais celles qui s'adaptent le mieux aux changements.

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 ?

Tout d'abord, il faut dire que les aides gouvernementales, tel que le chômage partiel, ont apporté un réel soutien aux entreprises du pays. Au niveau de notre site, nous avons pu limiter les dégâts. Nous avons réduit la production, mais nous n'avons pas dû tout arrêter brutalement. Notre carnet de commandes a suivi les courbes des fluctuations des pays avec lesquels nous travaillons. Pour certains sites, les ventes ont baissé de 30%. Cela a bien repris en 2021. Nous avons pu bénéficier du fléchissement de certains autres fournisseurs, des problèmes de transports pour faire valoir notre position centrale et le fait que nous sommes un fournisseur local auprès de nos clients. L'année 2022 se présente plutôt bien, mais la grande question est: combien de temps cela va-t-il durer ? —

Meet our People



« J'ai choisi ce métier pour être au cœur des échanges et de l'actualité »

Marie-Hélène Trouillez

Marie-Hélène est arrivée à la Chambre de Commerce en septembre 2003. Elle occupe actuellement le poste de Senior Advisor Communication & Marketing.

Un mot pour vous définir ?
Intègre.

D'où venez-vous ?

Je suis née à Paris et je suis arrivée au Luxembourg en 1993.

Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?

Les Talibans qui ont repris le pouvoir en Afghanistan et le président afghan en fuite, tandis que les fondamentalistes islamistes criaient victoire dans le palais présidentiel.

Votre meilleur souvenir professionnel ?

L'organisation de l'inauguration événementielle du nouveau bâtiment en avril 2004. Un vaste chantier, et un moment fort de la vie de l'organisation.



Pourquoi faites-vous ce métier ?

Je suis de nature curieuse à l'égard du monde qui m'entoure. J'ai choisi ce métier pour être au cœur des échanges et de l'actualité. La communication est omniprésente et les canaux de communication ont beaucoup évolué depuis mes deux décennies à la Chambre de Commerce.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?

Savoir équilibrer l'humain et le professionnel. Un conseil donné par mon ancien directeur, Pierre Gramagna.

Votre dernière recherche sur internet ?

Un logement dans les Alpes pour partir quelques jours en famille!

Un mot pour vous définir ?
Souriant.

D'où venez-vous ?
De Fameck en Moselle.

Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?

La réouverture des bars au printemps.

Votre meilleur souvenir professionnel ?

Mon embauche à la Chambre de Commerce.

Pourquoi faites-vous ce métier ?

J'ai toujours eu la volonté de servir l'intérêt général, ce que l'on fait en quelque sorte ici à la Chambre de Commerce.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?

C'est en forgeant qu'on devient forgeron.

Votre dernière recherche sur internet ?

Des billets d'avion pour la Corse.



Nicolas Liebott

Nicolas est arrivé à la Chambre de Commerce en février 2021 au poste de Junior Economist. Il est aussi chargé de suivi du GT « Transition Digitale »

« J'ai toujours eu la volonté de servir l'intérêt général »

Emilie Pirlot

Emilie est arrivée à la House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce en février 2013. Elle occupe actuellement le poste de Coordinatrice du programme #ReAct.

« C'est une grande fierté quotidienne d'aider et d'accompagner les entrepreneurs. »



Un mot pour vous définir ?
En cuisine...

D'où venez-vous ?

D'un petit village dans le centre de la Belgique.

Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?

Entre la pandémie, les multiples confinements, la guerre en Ukraine, c'est la perte du contrôle que chacun pensait avoir sur sa propre vie et la fin du mythe que nous vivions dans un monde sûr et prévisible.

Votre meilleur souvenir professionnel ?

Un entrepreneur m'a dit après le lancement du programme #ReAct : « Vous êtes la première personne à m'avoir demandé comment j'allais. Je vous ai parlé

des chiffres de mon entreprise impactée par la crise et vous m'avez dit 'Comment vous allez, vous?' . Cela m'a fait un bien fou ! Je me suis senti écouté et soutenu. »

Pourquoi faites-vous ce métier ?

C'est une grande fierté quotidienne d'aider et d'accompagner les entrepreneurs.

Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?

« Success is not final, failure is not fatal; it is the courage to continue that counts » de Winston Churchill.

Votre dernière recherche sur internet ?

La Norvège. Mon prochain road trip et j'ai vraiment hâte d'y être!

Blast from the Past!



— INTERNATIONAL LUXEMBOURG —

Exploring new territories

International relations take time, care and respect to build if they are to be solid and enduring. This work cannot happen overnight. It is a process that is honed by long-term commitments.

25 years ago, then Hereditary Grand Duke of Luxembourg, now the current Grand Duke, Henri of Luxembourg, and the Chamber of Commerce welcomed a business delegation from Saudi Arabia at the Chamber of Commerce. At that time, some of the key business benefits of Saudi Arabia highlighted were political stability, a favourable legal framework for investment, location in the heart of the Middle East, huge energy reserves, a local and international workforce, a developed market economy, as well as a high number of seaports and airports.

Today, the Luxembourg Chamber of Commerce International Affairs team arranges

international missions for local businesses as a first step in going international in new territories. The most recent mission was a visit in kind to Saudi Arabia (see Market Watch, p. 74) where a new strategic framework for economic and social reform known as 'Saudi Vision 2030' has been launched to reduce Saudi Arabia's dependence on oil and diversify its economy – an entirely new vision from 25 years ago.

And if internationalisation is not to be taken lightly, Luxembourg's Office du Dueroire (ODL) export credit agency is here to help. Founded 60 years ago last year, the ODL assists enterprises with financing and insurance for exporting.

Cheers to that! —



Further reading:

- www.vision2030.gov.sa
- www.odl.lu

More info:

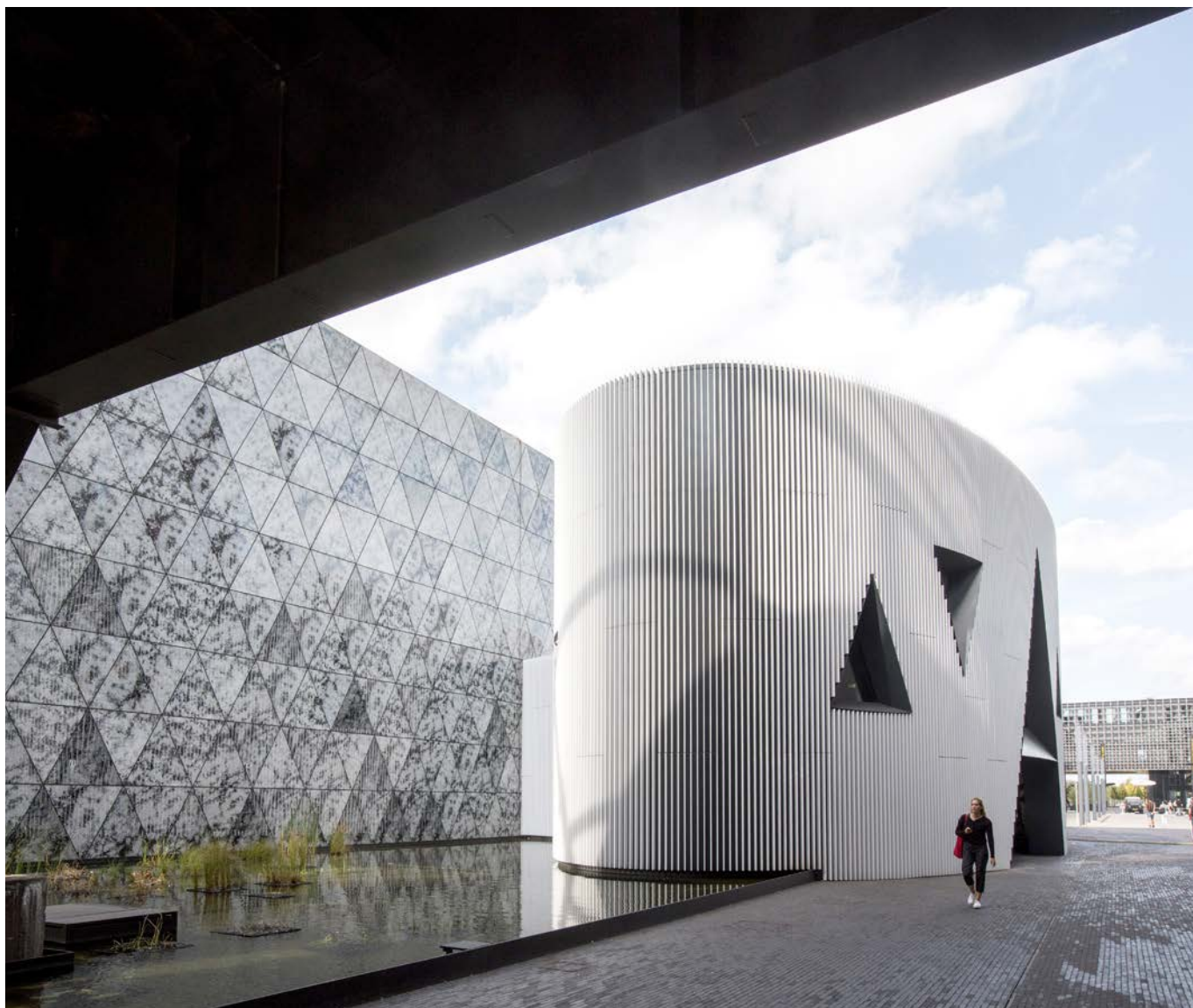
Original text available in the Merkur online archive:
www.cc.lu/en/merkur/archive/

Luxembourg Rising

— ESCH-SUR-ALZETTE —

Un bâtiment inscrit dans le patrimoine industriel

PHOTOS Luxemburger Wort (01) ; Guy Jallay / Valentiny HVP Architects (02) ;
Anja Schlamann / Valentiny HVP Architects (03)



Grâce à une collaboration avec l'Ordre des Architectes et Ingénieurs-Conseils (OAI), Merkur se penche désormais à chaque édition, sur un projet remarquable, visionnaire ou emblématique réalisé sur le territoire luxembourgeois. Le but étant de présenter toute la vitalité du secteur de l'immobilier du pays et de mettre en lumière la qualité des conceptions et du bâti au Luxembourg. Dans ce numéro, gros plan sur la Maison du Livre (Luxembourg Learning Center), Prix Spécial du jury – Maître d'ouvrage public du Bauhärepräis OAI 2020.



La réhabilitation de l'ancienne halle de stockage des matières premières des hauts fourneaux en un Learning Centre Universitaire constitue, à l'instar de l'esprit pionnier qui a marqué Belval tout au long de son histoire, l'un des projets les plus avant-gardistes et emblématiques du renouveau du site.

Quels enseignements tirez-vous de votre expérience en tant que maître d'ouvrage ?

La réhabilitation de la *Möllerei* en Learning Centre moderne démontre le haut potentiel de la revalorisation du patrimoine industriel. La réussite du projet se fonde sur une expertise poussée des structures existantes, un concept cohérent de conservation, des choix architecturaux et des techniques appropriés et un programme adapté de réaffectation. La *Möllerei* réaménagée confirme également l'option d'intégration de vestiges industriels à un nouveau tissu urbain.

Qu'avez-vous appris durant la conception et la réalisation de votre projet ?

La planification de la Maison du Livre a, d'une part, permis de mesurer toute l'évolution du concept classique de bibliothèque à celui de lieu de recherche, d'apprentissage, de rencontre et de partage de l'information, marqué par l'ère du numérique. D'autre part, les spécificités du projet architectural, dont notamment la réalisation de la nouvelle enveloppe en éléments préfabriqués suivant des procédés issus de la construction navale, ont également ouvert les portes sur des technologies constructives prometteuses, aptes à réaliser des visions architecturales ambitieuses, tout en offrant des résultats hautement performants d'isolation et d'étanchéité.

Comment s'est passée votre collaboration avec l'équipe des concepteurs ?

La collaboration avec le groupement de maîtrise d'œuvre s'est caractérisée par des échanges et des engagements réciproques constants, critiques et efficaces ayant permis d'aboutir à une réponse à la fois forte et convaincante en termes architecturaux, exemplaire en termes de réhabilitation d'un ouvrage industriel tout en étant en parfaite adéquation avec les besoins fonctionnels d'un Learning Centre contemporain. —

Projet: **Maison du Livre (Luxembourg Learning Center)**

Localité: **Esch-sur-Alzette / Belval**

Maître d'ouvrage:

Fonds Belval

Architecte(s):

Valentiny HVP Architects

Ingénieur(s) conseil(s):

RMC Consulting

B+G Ingenieure Bollinger und Grohmann

Commentaire du jury: **Exemplarité du maître d'ouvrage public pour la valorisation du patrimoine industriel en lui donnant une seconde vie dans notre société de la connaissance.**

■ Plus d'informations sur www.bhp.lu



BAUHÄREPRÄIS OAI 2020

In the Spotlight



02



03





01

— MIPIM 2022 —
**Une 15^e
participation
réussie!**

PHOTOS Chambre de Commerce

Pour la 15^e année consécutive, la Chambre de Commerce a installé son pavillon national au MIPIM, à Cannes. Avec 18 co-exposants sur le pavillon, le Luxembourg a su, à nouveau, se positionner comme un acteur incontournable du secteur de l'immobilier. Après deux longues années de pause due à la crise sanitaire, ces retrouvailles tant attendues ont permis aux participants de s'imprégner des nouvelles tendances du secteur et de se reconnecter à l'international. Pour cette édition 2022, le MIPIM a accueilli plus de 17.000 visiteurs de plus de 70 nationalités différentes, 360 conférenciers et 2.400 exposants répartis sur plus de 350 stands et pavillons.



04



05



06

01. 02. 03. 04. 05. 06. La réception luxembourgeoise organisée le 16 mars sur le pavillon national a rencontré un franc succès avec plus de 150 participants. Un chiffre qui confirme que les entreprises luxembourgeoises étaient enthousiastes à l'idée de se retrouver à ce traditionnel rendez-vous qui avait une saveur particulière pour cette édition 2022: il était également l'occasion de célébrer le 15^e anniversaire de la présence du Luxembourg au MIPIM.

La thématique choisie par les organisateurs du salon cette année, *Driving Urban Change*, a mis en lumière les problématiques actuelles: *Sustainability, Livability, Affordability, Resilience*. Cindy Tereba, directrice Affaires Internationales de la Chambre de Commerce, a notamment souligné lors de son mot d'ouverture que: «pour l'avenir de tous, nous devons nous poser la question de savoir comment nous adapter au mieux à l'évolution des nouvelles technologies, des comportements humains, à la hausse des prix de l'énergie, au changement climatique et aux exigences de durabilité. La durabilité soutenue par des solutions digitales doit être la réponse aux nombreux défis que nous traversons, notamment dans le secteur de la construction, afin de créer une économie résiliente, compétitive et saine.»

— ART CUBE —

Franck Miltgen

Pour sa nouvelle exposition, l'espace Art Cube, situé au sein du centre de conférences de la Chambre de Commerce, accueille la Zidoun & Bossuyt Gallery, qui présente l'artiste Franck Miltgen. Associée à l'a.s.b.l. art contemporain.lu, afin d'offrir aux galeries luxembourgeoises une nouvelle fenêtre de promotion pour leurs artistes grâce au mécénat de l'institution, la Chambre de Commerce met tous les trimestres, par le biais du projet Art Cube, une galerie à l'honneur et permet à un(e) artiste luxembourgeois(e) de présenter une exposition individuelle.

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

01. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce (à g.) et Franck Miltgen.

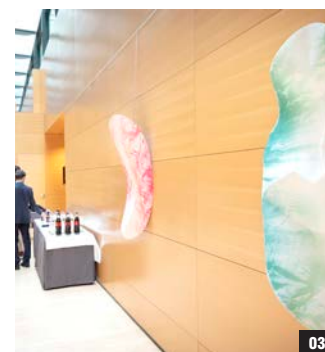
02. 03. Né en 1981, Franck Miltgen vit et travaille à Luxembourg. Il a étudié les arts plastiques à l'Université de Provence Aix-Marseille sous la direction de Prof. Fabien Faure et à l'UDK ; Universität der Künste Berlin avec Prof. Henning Kürschner. Franck Miltgen travaille à partir de multiples médiums dont résultent des images concrètes, abstraites. Il privilégie les grands formats en tissu ou aluminium. Pour chaque travail, la technique et le processus de création s'adaptent et se réinventent. Une présence fondamentale du motif paysager et de l'imagerie digitale, principalement pour sa valeur documentaire ainsi que des notions d'espace public accompagnent constamment l'artiste.



01



02



03

— SPRINGBREAK LUXEMBOURG 2022 —

Le grand come-back!

Après deux ans d'arrêt forcé, Luxexpo The Box a renoué avec le traditionnel Springbreak Luxembourg. L'événement, à la fois festif et commercial, a eu lieu du 10 au 13 mars et a accueilli des exposants multisecteurs venus présenter de nouveaux produits. Près de 120 exposants ont participé à l'événement et ont permis aux visiteurs de découvrir un vaste choix d'articles de décoration, des vêtements, des jeux, des solutions de mobilité, des produits lifestyle, des voyages. L'Urban Food Village a à nouveau occupé tout un hall avec plus de vingt foodtrucks, des bars, des microbrasseries, des vigneronns présents. La Chambre de Commerce était également présente avec un stand dédié où étaient mises en avant de nombreuses startups.

PHOTOS Marie De Decker

01. 02. 03. Le Springbreak Luxembourg a attiré entreprises, institutions et associations. La Chambre de Commerce avait mis à l'honneur des startups aux activités diverses. Les visiteurs ont pu rencontrer sur le salon, des jeunes créateurs locaux, des produits issus du commerce équitable, une vente de vêtements collector avec VinoKilo, un espace géant dédié aux plantes... Une fois de plus, le Springbreak se voulait être « un laboratoire d'idées et un lieu de réinvention, mais aussi un terrain de jeu pour les entreprises et institutions qui y participent et qui ont compris que leurs futurs clients, talents et ambassadeurs devaient être courtisés hors des sentiers battus et avec des expériences fortes » comme l'a souligné Morgan Gromy, CEO de Luxexpo The Box.



01



02



03

— 02 MARS 2022 —

602 jeunes diplômés !

La Chambre de Commerce, la Chambre des salariés et le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse, ont organisé à Luxexpo The Box la remise solennelle des diplômes et des certificats sanctionnant l'apprentissage dans les secteurs du commerce, de l'industrie, de l'hôtellerie et de la restauration, des services et du secteur social. La crise sanitaire ne permettant pas d'organiser une remise solennelle récompensant individuellement les 602 jeunes diplômés, seuls les 39 lauréats de la Promotion du Travail ont été mis à l'honneur en présence de S.A.R. le Grand-Duc Héritier, de Claude Meisch, ministre de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse et de Georges Engel, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire. La Chambre de Commerce a enregistré 1.033 nouveaux contrats pour l'année scolaire 2021/2022. Un chiffre record qui témoigne de l'intérêt et de l'engagement renouvelé de la part des entreprises formatrices.

PHOTOS Michel Zavagno



01. 02. Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce, a félicité les lauréats pour l'obtention de leur diplôme dans des conditions difficiles. En effet, avec la crise sanitaire et le confinement au printemps 2020, le quotidien des élèves a été perturbé entre le *homeschooling*, les cours en ligne, les classes en quarantaine et l'apprentissage en entreprise également soumis à la gestion de la crise sanitaire. Tout en remerciant le personnel des lycées et les entreprises pour leur engagement, Carlo Thelen a précisé que la formation professionnelle demeure la voie royale pour accéder rapidement et durablement au marché de l'emploi, suivant les derniers chiffres du baromètre TEVA (*Transition Ecole-Vie active*), en moyenne 91% des jeunes diplômés de la formation professionnelle trouvent un emploi dans les 12 premiers mois après l'obtention de leur diplôme.



03. La présidente de la Chambre des salariés Nora Back a exprimé ses félicitations aux lauréats et souligné que « *ce diplôme est un ticket d'entrée pour vous imposer dans le monde professionnel et construire votre avenir* ». Madame Back appelle les jeunes à ne pas hésiter à se faire aider et les invite à recourir aux dispositifs d'orientation publics, comme la Maison de l'orientation et le Service de la Formation des adultes, mais également aux chambres professionnelles.



04. 05. Claude Meisch, ministre de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse, a adressé ses félicitations à tous les lauréats. Il a également remercié les parties prenantes - chambres professionnelles, lycées et entreprises-formatrices - pour leur rôle dans le cadre de l'évolution de la formation professionnelle. Georges Engel, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire, a salué les très bonnes performances de cette promotion et a précisé que la formation restait la meilleure arme contre le chômage des jeunes.

06. S.A.R. le Grand-Duc Héritier a félicité tous les lauréats pour les efforts consentis tout au long de la formation accomplie avec succès. Il a salué la motivation et les compétences des lauréats qui leur ont permis d'aller au bout du chemin et qui leur sont d'une grande utilité pour entrer dans la vie active.

— 13-17 FEBRUARY 2022 —

The food & beverage trade delegation's mission to savour the best in Dubai

Building on its federating motto *'Connecting Minds, Creating the Future'*, the Expo 2020 Dubai opened its doors in October 2021 and ran until end of March 2022. Throughout that time, the Luxembourg Chamber of Commerce implemented an extensive trade programme including five sectoral trade missions (ICT, space, sustainability, healthtech, food & beverage), one multisectoral B2B matchmaking mission, as well as a dedicated *'Made in Luxembourg'* week. For the Food & Beverage Mission, a delegation of 17 companies and their 25 representatives from the sector started the mission by attending the GulFood trade fair, the world's largest annual food and beverage exhibition, which attracts more than 100,000 visitors from over 200 countries to pursue business connections and explore the latest products and innovations.

PHOTOS Jannah Photography



01

01. 02. 03. 04. Organised by the Ministry of the Economy in close coordination with the Luxembourg Chamber of Commerce, Luxembourg had a 120 m² national pavilion at GulFood to showcase the expertise of four companies that exhibited their products: Luxlait, Moulins de Kleinbettingen, Panelux and The Spice Collection. The food & beverage trade delegation began their mission by attending the Dubai Chamber of Commerce's Breakfast Briefing that gave an overview of the prospects and outlook of Dubai's economy, the trade expansion of potential F&B products in UAE, as well as insights into the local industry.

A guided visit at the Luxembourg stand followed the briefing where the delegates had opportunities to meet and network with the four exhibitors, before heading to their pre-arranged business-to-business meetings with international participants at the fair. The Luxembourg Trade and Invest Office in Abu Dhabi organised a visit for the delegation of DP World UAE, set in Jafza, the Jebel Ali Free Trade Zone, inside the flagship Jebel Ali Port, a premier maritime commercial gateway and hub to a region of more than 3.5 billion people. A networking reception was organised by the Luxembourg Chamber of Commerce, on a beautiful terrace under the starry sky of Dubai, to meet and network with fellow delegates and with local business partners.



02



03



04



05



06

05. The delegation also had the opportunity to visit Expo 2020 Dubai through a VIP guided tour with a selection of food related pavilions including Luxembourg, Saudi Arabia, Morocco, Palestine, the United Nations' Opportunity Pavilion and many more.

06. A private show-cooking event was orchestrated by none other than the Luxembourg pavilion resident Michelin starred Luxembourgish chef Kim Kevin de Dood, using ingredients provided by participating Luxembourgish companies.

— 11-18 MARCH 2022 —

Fruitful Mission to the Kingdom of Saudi Arabia

First economic power of the Middle East, Saudi Arabia is the richest Arab country (first regional economy and 19th in the world). Taking advantage of a large budget surplus, the country is currently making a giant leap through the digitalisation of its public services and the launch of gigantic infrastructure projects. These projects are part of the 'Vision 2030' roadmap, which aims to challenge the foundations of the traditional economy to push investment in innovative sectors. For the first time in its history, this market of 34 million inhabitants is now experiencing a period of unprecedented socio-economic changes and is fully counting on the diversification of the economy to free itself from its dependence on oil. To give Luxembourg and Belgian companies better access to the diversifying economy of Saudi Arabia, the Luxembourg Chamber of Commerce, Wallonia Export & Investment Agency (AWEX) and the Arab-Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce (ABLCC) recently organised an economic mission prepared jointly with the support of the Embassy of Belgium in Riyadh. Nearly 60 companies and a hundred delegates participated.

PHOTOS Belgium Embassy (Riyadh); Edith Stein (Historic Jeddah and Ithra)



01. 02. 03. The mission's programme kicked off with a briefing and a welcoming reception hosted by the Belgium Embassy in Riyadh. On the second day, the entire delegation made its way to the Federation of Saudi Chambers (FSA) to attend the Saudi-Belgian-Luxembourg Business Forum, presenting investment opportunities and innovation programmes in the Kingdom, concluded by the signing of a Memorandum of Understanding on Establishing a Joint Business Council between ABLCC and FSA and a networking lunch. To maximise the economic benefits of this mission, specific sector visits were organised over the following days, chosen in regards of the needs in Saudi Arabia, especially in the context of the Vision 2030 roadmap and according to the expertise of the Luxembourg and Belgian companies. These sectors were: entertainment, healthcare, construction, energy/environment, food & agriculture, equine and transport & logistics.

04. After a festive reception offered by the Honorary Consul of Belgium in Jeddah, the delegation spent a few hours the next day in the historic district to discover the project 'Revitalize Historic Jeddah' as part of plans to redevelop the area containing more than 600 heritage buildings to become a hub for business and cultural projects. Other sectoral visits comprised the Saudi German Hospital as well as the port.



05. 06. On the last day, the delegation was invited to a networking event organised by the Asharqia Chamber of Commerce followed by visits to Aramco and the Mouwasat Hospital. A farewell dinner at ITHRA – the King Abdulaziz Center for World Culture – ended this successful mission.

Coming up soon

Calendrier des manifestations

30

MAY

— TO

02

JUN

Hannover

Hannover Messe



The Luxembourg Chamber of Commerce and the Ministry of the Economy of the Grand Duchy of Luxembourg are pleased to invite you to participate in the national pavilion that will be organised at Hannover Messe 2022, the most important international trade fair dedicated to digital transformation in the industrial sector.

Infos: www.cc.lu rubrique Agenda
T : (+352) 42 39 39 378 – Annelore Domingos
hannovermesse@cc.lu

07

08

JUNE
London

Trade Mission London



The Luxembourg Chamber of Commerce, in close cooperation with the Embassy of the Grand Duchy of Luxembourg in London, will organise a multi-sectoral trade mission to London on 7-8 June 2022.

This mission will serve as a platform to discover the UK market as well as to inaugurate and officially launch the "Business Club Luxembourg - United Kingdom".

Infos: www.cc.lu rubrique Agenda
T : (+352) 621 51 63 00
christophe.brighi@cc.lu

07

09

JUN
Lille

Forum International de la Cybersecurité 2022



Le Luxembourg sera à nouveau présent cette année au Forum International de la Cybersecurité, sous le format d'un pavillon national coordonné par SECURITY-MADEIN.LU.

Infos: www.cc.lu rubrique Agenda

13

17

JUN
Paris

Eurosatory 2022



Eurosatory, salon international de Défense et de Sécurité terrestres et aéroterrestres ouvre ses portes tous les deux ans afin de réunir toute l'offre et la demande mondiale du secteur. La Chambre de Commerce, en collaboration avec le Ministère de l'Économie et Luxinnovation, y participera cette année sous le format d'un pavillon national.

Infos: www.cc.lu rubrique Agenda

13

17

JUNE
London

London Tech week



The UK's tech flagship event, London Tech Week, will be held in one of the world's most vibrant tech hubs, and will showcase the vital role of technology in society. Highlights for 2022 will include: Campus experience, Vision stages, Tech demo areas, Pitch competitions, and Prestigious evening events.

Infos: www.cc.lu rubrique Agenda
T : (+352) 621 51 63 00
christophe.brighi@cc.lu

19

24

JUNE
Paris

Official Trade Mission to Canada



The Luxembourg Chamber of Commerce, in close cooperation with the Ministry of the Economy, will organise a multi-sectoral official trade mission to Toronto and Montreal. The mission will focus on the following sectors: cybersecurity, cleantech, healthtech, fintech and space.

Infos: www.cc.lu rubrique Agenda
T : (+352) 42 39 39 379 – canada@cc.lu

28

30

JUN
Marseille

Euromaritime 2022 : visite accompagnée



Le salon Euromaritime, consacré à l'économie de la mer et du secteur fluvial réunit les équipementiers, les constructeurs et l'ensemble des acteurs de la construction de navires propres, du refit, de la modernisation et de la réparation navale. Une visite accompagnée, organisée conjointement par le Cluster maritime luxembourgeois et la Chambre de Commerce du Luxembourg, est prévue dans le cadre de cet événement.

Infos: www.cc.lu rubrique Agenda
T : (+33) 1 45 55 13 37
laurence.sdika@cc.lu

30

JUNE

— TO

01

JULY

ICT Spring International Business Meetings by b2fair



ICT Spring is designed to be the place where digital, tech and science converge, gathering movers and shakers from many different industries. Its aim is to encourage emulation and networking between business decisions makers, entrepreneurs, innovation managers, start-ups, researchers and investors on a global scale.

Infos: www.cc.lu rubrique Agenda



	ORGANISATION INTERNE DE L'ENTREPRISE				
Gestion de projet	Project Management - Softskills pour Chefs de projet	28.06.2022		FR	14h
Responsabilité sociale de l'entreprise	Business and Human Rights (BHR)	30.06.2022		EN	4h
	COMPTABILITÉ				
Techniques comptables	La facturation électronique - Cadre légal, solutions techniques et bonnes pratiques	02.06.2022		FR	3,5h
Outils de comptabilité	La facturation électronique - Application pratique sur Sage Bob	08.06.2022		FR	3h
	DROIT				
	Les bonnes pratiques de la propriété intellectuelle en ligne	14.06.2022		FR	4h
Droit de la propriété intellectuelle	L'essentiel de la propriété industrielle et intellectuelle	28.06.2022		FR	4h
Droit des affaires	AML for Non-Banking	17.06.2022		EN	5h
	FISCALITÉ				
Introduction à la fiscalité	Fiscalité luxembourgeoise - Cours accéléré	28.06.2022		FR	8h
Fiscalité des entreprises	Fiscalité des sociétés au Luxembourg - Application pratique et évolutions récentes	02.06.2022		FR	16h
Fiscalité des personnes physiques	Fiscalité des personnes physiques au Luxembourg - Application pratique	09.06.2022		FR	16h
	MARKETING & COMMUNICATION				
Stratégies Marketing	Luxembourg Marketing Cutting-Edge Series (LMCES)	07.06.2022		EN	15h
Communication digitale	Community Management - Devenir Community Manager	28.06.2022		FR	32h
	RESSOURCES HUMAINES				
Gestion des recrutements	Réussir l'intégration de nouveaux collaborateurs	10.06.2022		FR	14h
Prévention et qualité de vie au travail	Prévenir et traiter le harcèlement / mobbing	08.06.2022		FR	7h
	ASSURANCES				
Distribution de l'assurance vie en prestation de services (LPS)	La distribution de l'assurance vie luxembourgeoise à l'ère digitale	29.06.2022		FR	4h
Comptabilité d'assurances	Solvency II - Produire les états de reporting du pilier 3	27.06.2022		FR	24h
	ARCHITECTURE, INGÉNIERIE & URBANISME				
	Dossier PAP nouveau quartier - Principaux problèmes rencontrés et éléments de réponse	02.06.2022		FR	7h
Énergie et construction durable	Smart Building - Initiation à la conception d'un bâtiment intelligent	16.06.2022		FR	7h
	COMMERCE				
	Account Management - Développer, gérer et fidéliser ses clients-clés	13.06.2022		FR	7h
Commercial - Vente	Initiation à la vente pour non-vendeurs	14.06.2022		FR	7h
	HORECA				
	Wie werden die 14 Allergene im HoReCa-Sektor deklariert?	13.06.2022		DE	2h
Formations spécifiques HoReCa	Déclaration obligatoire des 14 ingrédients allergènes	28.06.2022		FR	2h
	IMMOBILIER				
Immobilier	L'immobilier au Luxembourg et dans la Grande Région - Comment le particulier peut-il optimiser son investissement?	02.06.2022		FR	8h
	DÉVELOPPEMENT PERSONNEL				
Communication professionnelle	Speech Power and Presentations - Fundamentals	02.06.2022		EN	14h
Leadership et Management	Mieux gérer son équipe avec le modèle MBTI®	16.06.2022		FR	14h

Index

2A_p76

1,2,3

A,B,C

A.Berl & Cie _96
 ABBYY _08
 AC Biode _20
 ACL _36
 ADEM _32, 62
 AG Insurance _20
 AG Real Estate _20
 Agence internationale de l'énergie _84
 Air Liquide _42
 Airbus _84
 Airbus Defence and Space _42
 Airports Council International (ACI) _16
 Akiles _22
 Alstom Transport _22
 Amazon _90
 Ampacet Corporation _108
 Andrieu Marina _39
 Anefore _34
 Apollo Strategists _14
 Apothecary _10
 Apple _12
 ArcelorMittal _18
 ArianeGroup _112
 Asport Cycling _36
 AST _62
 Awex _75
 Badass Queen _42
 Ballinipitt _06
 Banking Circle _16
 Bausch François _16
 Bengoléa Cécilia _18
 Berg Jürgen _28
 Bergamo Marcelo _108
 Berl Achile _96
 Berl Mathias _96
 Berninghausen Carl _16
 Besix Red Luxembourg _20
 Bettendorfer Claudine _38
 Beul Gregor _06
 BGL BNP Paribas _22
 Biscuit _14
 Blanc Pierre _42
 Bleyer Eric _12
 BlochHome _22
 Boch Jean-François _42
 Boeing _24
 Boever, Jean-Philippe _75
 Borders _07
 Bouvry Pascal _39
 Brasserie Nationale _06, 12
 Broadcasting Center Europe (BCE) _18
 Business Angels Association in Luxembourg (LBAN) _30
 Business Club France-Luxembourg (BCFL) _38
 Business Mentoring Luxembourg Asbl _27
 Busuu _24
 Cactus _14, 30
 Cargolux Airlines International _16
 Carita _62
 CEFIS _62
 Centre des technologies de l'information de l'État (CTIE) _38
 Centre hospitalier de Luxembourg (CHL) _41
 Centre hospitalier Emile Mayrisch (CHEM) _32
 Centre national d'études spatiales (CNES) _42
 Ceratizit _12
 CFL Mobility _28
 Chamber of Commerce _26, 27, 36, 38, 42, 58, 66, 72, 84, 90, 96, 108

Charles Kieffer Group (CK) _10
 ChefPassport _90
 Cisco _90
 CLA _62
 clc _36, 38
 Climeworks _16
 Coca-Cola _102
 Colmant _112
 Comité interministériel à l'intégration _62
 Commission Européenne _16, 39, 41, 72
 Conseil de l'Union européenne _72
 Conservatoire national des véhicules historiques _36
 Continental _112
 CreaHaus _110
 Crescentini Max _06
 Croix-Rouge _62
 Crovisier Claude _10
 Crowd Cow _90
 CSSF _07, 24

D,E
F,G

de Dood Kim Kevin _42
 De Havilland _24
 Delles Lex _26
 Deloitte Luxembourg _08
 Delrue Olivier _08
 Demeter _22
 Deutsche Bank _102
 Diamond Danielle _90
 Diligend _22
 Direction générale des classes moyennes _26
 Discord _24
 DuckDuckGo _24
 Duthoit Pol _84
 École des Hautes Etudes en Santé Publique (Paris-France) _66
 École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg (EHTL) _42, 76
 École nationale pour adultes (ENAD) _30
 eMaisha Pay _40
 Embraer _24
 Engel Georges _32
 Entrena Utrilla Carlos Manuel _82
 Eolis Media _75
 ESCP Business School _84
 Eurefi _22
 Eurochambres _38
 European Fund Administration (EFA) _07
 European Space Agency (ESA) _39
 European Space Resources Innovation Centre (ESRIC) _39
 Eurostat _64
 Fabergé _42
 Fairtrade _07
 Fallprotec _84
 Farvest _22
 Fayot Franz _10, 27, 32, 66
 Fedil _32, 42
 Filedgr _102
 Film Fund _28
 Flex Carsharing _28
 Floener Gerard _18
 Fokker _24
 Fondation de Luxembourg _28
 Fondation du Grand-Duc et de la Grande-Duchesse _10
 Fondation Hellef fir d'Natur _28
 Fondation Idea _70
 Fonds Kirchberg _28, 30, 96
 Fonds National de la Recherche (FNR) _41, 58
 Forson Richard _16
 Founder Institute _90

Foyer _24
 Frieden Luc _38, 42
 FTI Consulting _14
 G-Core Labs _16
 Gandhi Gaurav _90
 Ganterie Française de l'Union _42
 Garber Frédéric _108
 Gecko _10
 German Airways _20
 Glanzstoff _112
 Glovo _24
 Godchaux _42
 Golf Club Jumeirah _102
 Good Year _22, 112
 Google _90
 GovTech Lab _38
 GP Bullhound _p24
 Gray David _10
 Green innovation _102
 Gromy Morgan _41
 Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat (GIEC) _54
 Groupe d'échange et de soutien en matière d'intégration au niveau local (GRESIL) _62
 Grzymals Walter _22
 Guide Michelin _14
 Guterres Antonio _54
 Güller Mathis _30

H,I,J

HelloFresh _90
 Herz Hermann _96
 Herz Jacques _96
 HIFI International _12
 Horesca _36
 House of BioHealth (HoBH) _32
 House of Entrepreneurship _26
 House of Training _26
 HP _10
 Hubo _102
 Hôtel de la brasserie _06
 I.Lagnide _42
 IEE _41
 Imbert Patrick _28
 ImmoBel _20
 Indeed _90
 Indorama Ventures Company _112
 INFPC _36
 Innovation Fund _22
 Innovative Solutions In Space (ISISPACE) _07
 Inspection Générale de la Sécurité sociale (IGSS) _62
 Intersolar Europe _84
 Ispace Europe _42
 ITEC _10
 J.Wemmer _42
 Jaegde-Crott Britta _102
 JEAN JEAN (Jean Hoffmann) _06
 Jonas Mayer _96
 Jonk Entrepreneurs Luxembourg _30
 Jumeirah Group _42
 Juncker Jean-Claude _66

K,L
M,N

Keune Mathias _22
 Killa Design _42
 Klarna _24
 Kleos Space _07
 Koener Steven _42
 Kreutz Will _08

Kuapa Kokoo **_07**
Lamort Jacques **_42**
 Lenovo **_10**
Lentz Isabelle **_06**
 LetzShop **_102**
 Lexmark **_10**
 LhoFT **_22**
 Lidl **_07**
 LinkedIn **_90**
Lucius Laurent **_26**
 Lush **_08**
 Lux-Airport **_16**
 Lux-Development **_27**
 LuxAI **_41**
 Luxair **_20, 24**
 Luxembourg @ Expo 2020 Dubaï GIE **_76**
 Luxembourg City Tourist Office (LCTO) **_34**
 Luxembourg Drone Federation (LDF) **_38**
 Luxembourg for Tourism **_40**
 Luxembourg Institute of Health (LIH) **_41**
 Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) **_39**
 Luxembourg Science Center **_40**
 Luxembourg Space Agency (LSA) **_39**
 Luxembourg Trade and Investment Office (LTIO) **_42**
 Luxembourg Workspace Association (LWA) **_38**
 Luxexpo The Box **_41**
 Luxinnovation **_26, 27, 41, 58, 84**
 Luxlait **_90**
 LuxProvide **_39**
 Luxury Innovation **_102**
Luzio Jessica **_110**
 LVMH **_38**
 Lycée du Nord **_36**
 Lycée Michel Lucius **_30**
 Lëtz **_08**
 Lëtz Coffee **_08**
 Lëtzmix **_28**
 Ma langue sourit **_14**
 Maana Electric **_84**
 Magrid Learning Solution **_40**
Majerus Philippe **_10**
 Maxim Pasta **_06**
Meisch Claude **_32**
 Meracle Health **_41**
 Metaform Architects **_42, 76**
Metz Auguste **_42**
Michaux Robert **_68**
 Michelin **_90, 112**
 Microlux **_30**
 Microsoft **_16**
 Ministry of Investment of Saudi Arabia (MISA) **_74**
 Ministère de l'Économie **_41**
 Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse **_34, 62**
 Ministère de la Digitalisation **_30, 64**
 Ministère de la Famille, de l'Intégration et à la Grande Région **_62**
 Ministère de la Mobilité et des Travaux publics **_16, 39**
 Ministère de la Protection des consommateurs **_41**
 Ministère de la Santé **_34**
 Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement rural **_34, 102**
 Ministère de l'Économie **_27, 42, 66, 84, 102**
 Ministère des Affaires étrangères et européennes **_40, 41, 62**
 Ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire **_39**
 Ministère fédéral allemand de l'Environnement **_58**
Mollard Cyril **_14**
Monet Claude **_22**
 Moulins de Kleinbettingen **_42**
Mousset Jean-Luc **_42, 76**
 Moët Hennessy **_38**
 Munhowen **_06**

Muséal **_14**
 Musée National d'Histoire et d'Art (MNHA) **_76**
 Mutualité de Cautionnement **_36**
 My Little Corner **_28**
 Mélusine Productions **_28**
Nagel Maggy **_76**
 nana'selections **_28**
 Nascht **_07**
 natur&émwelt **_28**
 Nespresso **_08**
Nickels Patrick **_30**
 NIUM **_40**
 No Big Deal **_08**
Noronha Alberto **_40**
 Norsk e-Fuel **_16**

**O, P
Q, R**

Office du Ducroire (ODL) **_84, 115**
 Office national de l'accueil (ONA) **_62**
 Office Régional du Tourisme Région Mullerthal **_40**
Olmedo Bernard **_110**
Olmedo Laurent **_110**
 Orange Luxembourg **_08**
 Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils (OAI) **_34, 116**
 Organisation de Coopération et Développement Économique (OCDE) **_62**
 Organisation des Nations Unies (ONU) **_27, 54, 64**
 Panelux **_42, 90**
 Paperjam **_42**
 Parlement européen **_72**
Parlier Hugo **_42**
 Paul Wurth **_16**
Paulien Antoine **_07**
Pazouki Tahereh **_40**
Pazzaglia Adeline **_110**
Pedrini Vincent **_38**
Pinto David **_110**
 Plansee **_12**
Plattard Emmanuel **_82**
 Plus Ultra **_82**
 Post Finance **_12**
 POST Luxembourg **_10**
 Procter&Gamble **_90**
 Public Investment Fund (Saudi Arabia) **_74**
 PwC **_22**
 Re:Fund **_08**
Ressa Matteo **_90**
 Revolut **_24**
 Rezemo **_08**
 RMC Consulting **_116**
 Robotics for Inspection and Maintenance (RIMA) **_84**
Roman Per **_24**
 Romantico Romantico **_28**
 Rotarex **_22**
 RTL Luxembourg **_18**

S, T, U

S.A.R. le Grand-duc du Luxembourg **_28, 96, 115**
 S.A.R. le Grand-Duc Héritier **_10, 27, 38**
 Safran group **_22**
Sagromola Sabrina **_42**
Sahr Daniel **_76**
Salman Mohammed bin **_74**
 Saturne Technology **_22**
Schaus Philippe **_38**
 Schlassgoart Gallery **_18**

Schloesser David **_10**
Schmit-Noesen Nicolas **_42**
Schneider Jacques **_10**
Schnell Patrick **_12**
Schommer Martine **_38**
 SepaExpress **_16**
 Serve the City **_08**
 Sion Corp **_20**
Shi Na **_42**
 Slack **_24**
 Société Générale Luxembourg **_20**
 Société Nationale de Crédit et d'Investissement (SNCI) **_22, 30**
 Sodexo **_14**
 SolarCleano **_84**
 Soluprint **_10**
 SpaceX **_07**
 Spotify **_24**
 Stadler Metalle **_12**
 StartupLuxembourg.com **_27**
 Statec **_38, 40, 62, 64, 68**
Stein Edith **_112**
Steinhaus René **_16**
Stoisa Max **_06**
Stoisa Rinaldo **_06**
 Stryker **_22**
Ströhli Sebastiani **_82**
 Studio 352 **_28**
Sumo **_22**
 Sunfire **_16**
 Taqnia **_74**
 Technoport **_39**
Teheux Bruno **_42**
 Telindus **_16**
Tereba Cindy **_27, 42**
 Textilcord Steinfort **_112**
 The Happy Cyclist **_82**
 The Space Factory **_42**
 The Spice Collection **_90**
Thelen Carlo **_26, 42, 66, 108, 112, 110**
Timmermans Christophe **_84**
Tooze Adam **_66**
 TotalEnergies **_12**
 Union Européenne (UE) **_84**
 Union Luxembourgeoise des Consommateurs (ULC) **_41**
 Uniroyal Englebert **_112**
 Unity **_24**
 Universal Investment **_07**
 Université Columbia **_66**
 Université du Luxembourg (UNI) **_39, 40, 41, 42, 102**

**V, W, X
Y, Z**

Valentiny HVP Architects **_116**
 Valinor **_16**
Vayner Seva **_16**
 Victor Buck Services **_10**
 ViewMind **_41**
 Ville de Luxembourg **_28**
 Villeroy & Boch **_41**
 Virelux **_84**
 Vivino **_24**
 Vodafone **_90**
 Voltanet **_84**
Vuarneisson Céline **_112**
Wagner Jerry **_10**
 We are voyagers **_07**
Welter Alain **_18**
 WhatsApp **_84**
 Women in Digital Empowerment (WIDE) **_39**
 Wonschstät Foundation **_22**
 Zortify **_24**
Zylberman Patrick **_66**

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

Régie

2 rue Christophe Plantin
L-2339 Luxembourg
Tél: (+352) 4993 9000
E-mail: info@regie.lu
Internet: www.regie.lu

Communiqués de presse

merkur@cc.lu

Abonnements

Pour tout abonnement, merci
de vous rendre sur le site:
<http://www.cc.lu>

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

Régie publicitaire

Regie.lu S.A.

Prochaine édition

14 juillet 2022

Illustration de la couverture

Julie Wagener

Collaborations

Fondation IDEA
Affaires économiques,
Chambre de Commerce
Affaires internationales,
Chambre de Commerce

Photographes

Laurent Antonelli
Emmanuel Claude
Nicolas Decaritat
Marie De Decker
Pierre Guersing
Matthieu Freund-Priacel
Michel Zavagno
Jean-Christophe Verhaegen
Vera Vernerova
Jannah Photography

Conception graphique du poster

Takaneo / Chambre de Commerce

Direction Artistique et mise en page

Iola 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

The Making of...

Takaneo

Agence créative

Envisageant la communication à 360°, Takaneo pense que rien n'existe sans la réflexion stratégique que l'agence place toujours au cœur des actions qu'elle mène pour ses clients. Que ce soit en graphisme, en relations presse, pour des campagnes de « comm' » ou en productions d'événements, Takaneo crée des univers uniques pour chaque client, qui valorisent l'imaginaire de chaque marque et de chaque entreprise.

www.takaneo.lu

« Nous avons fait un lien de lecture sous forme de clin d'œil : on dit au revoir à Dubaï et bonjour à Osaka. »



1

Inspiration

Comment faire le lien entre deux expositions universelles, l'une passée et l'autre qui ne se déroulera que dans 3 ans? Comment garder une ligne graphique cohérente entre deux univers graphiques différents, alors que celui pour Osaka n'est pas encore défini? Comment parler de l'exposition d'Osaka alors que le programme n'est pas encore défini?

Voilà tout l'enjeu de cette affiche. Pour atteindre cet objectif, nous avons fait un lien de lecture entre le recto et verso sous forme de clin d'œil : on dit au revoir à Dubaï et bonjour à Osaka.

Graphiquement, tout oppose les deux faces de l'affiche et pourtant leur construction est semblable, ce qui appuie davantage le lien qu'elles renvoient aux lecteurs.

3

- | | | | |
|--|----------------|--|-----------------|
| | C15 M0 Y15 K15 | | C100 M0 Y15 K65 |
| | C5 M15 Y30 K0 | | C100 M0 Y15 K15 |
| | C0 M95 Y95 K81 | | C0 M40 Y10 K0 |
| | C0 M95 Y95 K40 | | C0 M15 Y0 K0 |

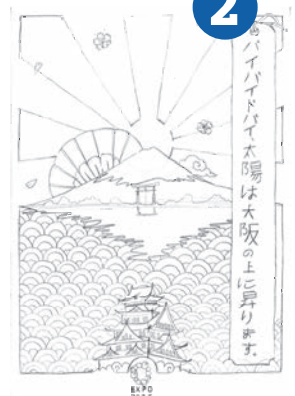
Processus créatif

Les deux affiches ont été réalisées de deux manières complètement différentes.

Pour le recto, nous avons respecté la charte graphique établie par la Chambre de Commerce, c'est-à-dire de l'imagerie traitée en noir et blanc, détournée et ensuite mise en évidence par de nombreux éléments graphiques colorés.

Pour le verso, nous sommes partis sur de l'illustration pure telle une carte postale, via des symboles forts et représentatifs du Japon et d'Osaka. Le Mont Fuji, les cerisiers, le soleil levant, le château Osaka-jō. Chaque élément nous emmène et nous invite à Osaka.

2



PARCE QUE
LE CHANGEMENT
CLIMATIQUE
NOUS CONCERNE TOUS,

ENSEMBLE

AGISSONS POUR
CONSTRUIRE
NOTRE FUTUR.

myenergy
devient
Klima-Agence

klima-agence.lu



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Shaping our future together



**Your business
connectivity
is about to
get better!**