

# MERKUR

Published by Luxembourg  
Chamber of Commerce  
[www.cc.lu](http://www.cc.lu)

MAI • JUIN 2024

## Cover Story: Économie des loisirs

Du temps libre aux temps de consommation?

The Interview: Morgan Gromy

The Economy: Budget de l'État



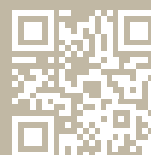
69 4 €  
9 770241 841366

CHAMBER  
OF COMMERCE  
LUXEMBOURG

depuis 1847



**MONDORF**  
Domaine Thermal



OFFRES B2B  
[mondorf.lu](http://mondorf.lu)

## NOS SOLUTIONS POUR VOTRE ENTREPRISE

Offrez à vos employés une expérience inoubliable

**MONDORF Domaine Thermal**, véritable havre de détente niché au cœur d'un magnifique parc centenaire, se présente comme le lieu idéal pour les entreprises souhaitant offrir à leurs employés et clients une expérience unique et mémorable.

Notre Domaine propose un large éventail de services sur-mesure dédiés aux entreprises, garantissant des moments placés sous le signe de la performance, du raffinement et de la détente.

- **Hébergement 4 étoiles**  
Tarifs avantageux dès la première nuitée
- **Billetterie**  
Avantages exclusifs pour vos salariés (séjour, piscine thermale, saunas, soins Spa...)
- **Santé et bien-être au travail**  
Programmes personnalisés de remise en forme, de gestion du stress et de prévention santé dispensés par une équipe d'experts
- **Salles et salons pour conférences et banquets**  
Des espaces en intérieur ou extérieur pour accueillir vos événements, de quelques personnes à plusieurs centaines

Prenez rendez-vous dès aujourd'hui  
[mondorf.lu/contact-business](http://mondorf.lu/contact-business)



# MERKUR

## De l'économie des loisirs

Ces dernières décennies, le temps libre, par opposition au temps consacré au travail, n'a cessé de croître. Au fil du temps, prenant de l'importance dans la vie des gens, les temps de loisirs ont ainsi généré toute une filière économique : de la création de matériel spécialisé à certaines activités aux infrastructures nécessaires - des routes aux stations balnéaires - en passant par les parcs d'attractions... Mais depuis qu'il se développe, ce temps de loisirs interroge. Le temps libre est-il devenu une industrie? Quel poids a-t-il dans nos économies? Le dossier de ce numéro tente d'apporter quelques éléments de réponse.

Au fil des pages, ce magazine est parti à la rencontre de quelques entreprises actives dans les multiples domaines des loisirs sur le territoire luxembourgeois. Ainsi, dans la rubrique *Success Story*, Fatima et Osman Mamilov, les gérants de Crocus Quest Game, partagent leur passion pour les jeux de logique et les *escape games* dont ils ont fait leur activité professionnelle. Ils exploitent aujourd'hui la plus grande salle du pays avec 13 jeux différents. Vous rencontrerez également dans cette rubrique,

Sylvain Boucherat, créateur de Party Shop, qui propose sur plus de 700 m<sup>2</sup> quelque 10.000 articles de fête, du plus petit sticker au plus grand château gonflable, en passant par un étage entier de déguisements et costumes ...

La rubrique *The Interview* accueille Morgan Gromy, CEO de Luxexpo The Box. Originellement créé pour accueillir la Foire de Printemps et la Foire d'Automne, Luxexpo, devenu par la suite Luxexpo The Box, a pris ses quartiers sur son site actuel dans les années 1990. Le lieu offre désormais 33.000m<sup>2</sup> d'infrastructures modulables pouvant accueillir de multiples formats d'événements.

Dans la rubrique *Startups by Silicon Luxembourg*, vous pourrez découvrir sur 4 pages, un aperçu de la riche actualité des startups du pays, tandis que la rubrique *The Economy* revient en détail sur la Journée de

l'économie et aborde le budget de l'État. La rubrique propose également le dernier volet de la série d'articles consacrés à la situation économique de nos voisins de la Grande Région, avec cette fois, la Rhénanie-Palatinat. La Fondation IDEA revient sur la publication de son avis annuel; la rubrique *Legal Insight* s'intéresse aux «*regulatory sandboxes*» qui permettent de développer des nouvelles applications de l'IA dans le respect du cadre légal; la rubrique *Market Watch* quant à elle vous propose un détour par le Japon.

À découvrir encore, dans la rubrique *Meet our Members*, Luxport Group qui est actif depuis plus de cinquante ans sur le port fluvial luxembourgeois de Mertert et la chocolaterie Genaveh qui régale les gourmands avec des chocolats généreux et élabore à chaque saison de nouvelles recettes aux saveurs inédites.

La version anglaise du dossier est à découvrir sur [cc.lu](https://cc.lu):



Bonne découverte et bonne lecture!

« Les temps de loisirs ont généré au fil des années toute une filière économique. »

# 44

## Cover Story: Économie des loisirs

Du temps libre aux temps de consommation ?

44 — 55

À n'en pas douter, un des grands changements induits par les révolutions industrielles successives des dernières décennies est le temps que les sociétés consacrent désormais aux loisirs. Le temps libre, par rapport au temps consacré au travail, n'a cessé de croître depuis un siècle, au point que ce temps libéré interroge. La question du « glissement » de la civilisation du « travail » vers une civilisation où les loisirs occuperaient la scène principale amène aujourd'hui son lot d'autres interrogations : la société a-t-elle basculé vers le tout loisir ? Le temps libre est-il devenu un produit de consommation comme les autres ?



## 06 CORPORATE NEWS

06 — 22

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

## 24 INSTITUTIONAL NEWS

24 — 42

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

## 56 THE ECONOMY

56 — 67

### Comment vont nos voisins ? 4/4

La Rhénanie-Palatinat explore de nouvelles spécialisations **56**

### Budget de l'État

Propositions clés pour la relance économique du Luxembourg **58**

### Journée de l'économie 2024

Compétitivité, sommes-nous toujours dans la course ? **60**

### Égalité entre les genres

Égaux devant la loi, inégaux dans les faits **62**

**The Eye of the Economist** **64**

**Show and tell** **66**

**In a Nutshell** **67**

## 68 IDEAS TO SHAPE THE FUTURE

68 — 69

### Avis annuel 2024

Le Luxembourg au ralenti !

## 70 ÉLECTIONS EUROPÉENNES 2024

70 — 71

Pour une Europe qui renforce les entreprises

## 76 THE INTERVIEW

76 — 81

Morgan Gromy

## 88 SUCCESS STORY

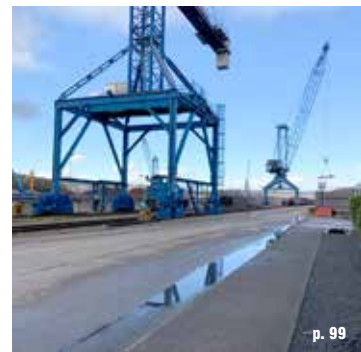
88 — 98

### Crocus Quest Game

Entrez dans le jeu ! **88**

### Party shop

Que la fête commence ! **94**



## 100 MEET OUR MEMBERS 100 — 102

- Luxport Group**  
Un groupe aux multiples facettes 100
- Genaveh**  
Alexandra et la chocolaterie 102

## 104 MEET OUR PEOPLE 104

## 106 IN THE SPOTLIGHT 106 — 111

- Remise des Diplômes et des Certificats de l'Apprentissage 2023 106
- Les entreprises en visite d'État au Royaume de Belgique 108
- Édition 2024 du MIPIM 110
- L'IA dans l'entrepreneuriat 111
- Renforcer les relations commerciales avec la République tchèque 111

**La version en anglais du dossier consacré à l'économie des loisirs :**

[www.cc.lu/merkur](http://www.cc.lu/merkur)



### — ENGLISH CONTENT —

**CORPORATE NEWS 18**

**INSTITUTIONAL NEWS 42**

**LEGAL INSIGHT 72**

AI Regulatory Sandboxes

**MARKET WATCH 74**

Japan

**STARTUPS BY SILICON LUXEMBOURG 82**

**STARTING BLOCKS 86**

# Corporate News



## Cryopôle Un premier centre à Luxembourg

Leader et pionnier en France, Cryopôle est le spécialiste de la cryothérapie corps entier (CCE) et de la cryothérapie localisée. L'enseigne entame un déploiement international avec l'ouverture d'un premier centre franchisé à Gasperich. Cet espace propose l'intégralité des cures et soins sources de bien-être, de beauté et de performance sportive. Le fondateur et président du réseau Cryopôle est kinésithérapeute-ostéopathe depuis 24 ans. Il dirige également la cryoacadémie, organisme de formation qui s'adresse aux professionnels désireux de se former aux techniques et bonnes pratiques de la cryothérapie. Virginie De Nicolò, responsable du centre Cryopôle de Luxembourg et un kinésithérapeute ayant plus de cinq ans de pratique, accueillent les clients et les conseillent en leur proposant des séances adaptées à leurs besoins et objectifs.

La CCE a fait l'objet de nombreuses recherches scientifiques, qui ont mis en lumière ses multiples bienfaits tant en matière de soins et de performances sportives qu'en ce qui concerne le bien-être et la beauté. Elle est un anti-douleur et un anti-inflammatoire reconnu. Elle est utilisée, entre autres, en rhumatologie (fibromyalgies, arthrose...), en traumatologie (blessures, coups, entorses...), en neurologie (migraines, troubles du sommeil...) et en dermatologie (psoriasis, eczéma...).

■ Plus d'informations : [www.cryopole.com/cryopole-luxembourg](http://www.cryopole.com/cryopole-luxembourg)



— GRIDX —

## Un complexe innovant et multi-facettes

Développé par le groupe familial Félix Giorgetti, entreprise de construction et de développement, GRIDX est le premier concept de lieu de vie *all-in-one* en Europe : une destination aux expériences multidimensionnelles qui se nourrit de technologies, de savoir-faire artisanaux et d'excellence automobile, espace où se rencontrent découvertes, passions et émotions.

Situé à Wickrange, GRIDX est en cours de construction à proximité de l'A4, dans le respect des règles les plus exigeantes sur le plan environnemental. Ce lieu caméléon de plus de 42.000m<sup>2</sup> ouvrira ses portes à l'automne 2025 mais dévoile déjà ses spécificités. Il rassemblera sous un même toit de multiples univers qui se côtoieront, se connecteront et s'enrichiront pour créer de nouvelles expériences.

Sur 18.500m<sup>2</sup>, l'espace Motorworld, développé avec le groupe éponyme spécialisé dans la création de mondes et d'expériences destinés aux passionnés de l'automobile, réunira des concessions automobiles, des artisans et des commerces en lien avec cette industrie. On y trouvera également un espace d'exposition qui abritera les plus belles voitures de collection, avec la complicité du MAUTO, le *Museo Nazionale dell'Automobile* (Turin, Italie) considéré comme l'un des musées

scientifiques et techniques les plus célèbres du monde dans son registre. La mise en scène s'annonce superbe avec des *glass boxes* empilées les unes sur les autres. Les mobilités douces, d'aujourd'hui et de demain, seront aussi mises en lumière.

Sur plus de 7.000m<sup>2</sup>, GRIDX proposera également un espace shopping réinventé grâce à des concepts interactifs, des environnements immersifs et des activités divertissantes pour tisser des liens nouveaux entre les marques et les visiteurs. 2.600m<sup>2</sup> de *food hall* compléteront cette galerie. Dans un cadre design, celui-ci proposera de nombreuses cuisines du monde et sera complété d'un *food-retail* de 500m<sup>2</sup>.

Enfin, le nouveau complexe comprendra un musée numérique, un espace événementiel, un hôtel de 133 chambres ainsi qu'un *business center* de 10.600m<sup>2</sup>. ■

— MOBILITÉ —

## ALD Automotive Luxembourg devient Ayvens

ALD Automotive / Leaseplan devient Ayvens, nouvelle marque de mobilité mondiale, qui unit les deux organisations sous une seule et même identité.

Au Luxembourg ALD Automotive, fondée en 1985, est le leader du marché en ce qui concerne les solutions de mobilité durable, y compris l'électrification des flottes, la gestion des flottes, la location court et moyen terme pour le secteur professionnel ainsi que le leasing privé.

En réunissant des compétences et des expertises complémentaires, le groupe a vu l'opportunité d'améliorer la mobilité future. La nouvelle marque poursuit ce but en définissant le positionnement unique de l'entreprise sur le marché, en soulignant ce qui la rend différente et la valeur qu'elle apporte aux différents clients. La promesse de cette nouvelle marque est de « rendre la vie plus fluide » (« *make life flow better* ») en assurant une mobilité plus simple, plus intelligente et plus durable. Le nouveau groupe Ayvens se profile comme le premier acteur mondial de la mobilité durable. Avec la plus grande flotte de véhicules électriques multimarques au monde sur un total de 3,4 millions de véhicules gérés, l'entreprise souhaite montrer la voie vers l'objectif de zéro émission nette et poursuivre la transformation digitale du secteur. Ainsi cette nouvelle marque regroupant les deux acteurs réputés du secteur s'est aussi dotée d'un nouveau nom, d'une nouvelle identité visuelle, d'un nouveau slogan pour la marque et d'un nouveau site web. —

— BATTIN —

## La gamme de bière s'enrichit

La Battin IPA (*India Pale Ale*) vient compléter la gamme de la marque.



Photos : Mumboven

— TOTALENERGIES BELVAL —

## Ouverture du premier Circle K shop

Le premier shop Circle K au Luxembourg a ouvert ses portes à Belval, après l'annonce de début janvier 2024, de la finalisation de l'acquisition de 60% des activités Réseau & Cartes de TotalEnergies par Alimentation Couche-Tard Inc/Circle K.

Circle K Luxembourg exploite les 44 stations-service de la marque TotalEnergies, par le biais d'un accord de marque et d'approvisionnement. Il propose des carburants de haute qualité dans les stations-service, des shops et des services de restauration, de lavage de voitures, de recharge électrique haute puissance et de cartes de flotte (péage, carburant et véhicules électriques).

Dans le nouveau shop Circle K, les clients pourront ainsi retrouver le *food corner*, avec des sandwiches fraîchement préparés ainsi que les hotdogs, spécialité de la marque et le *coffee corner* proposant un large choix de cafés propres à Circle K. À l'avenir, d'autres shops Circle K, qui feront également office de stations pilotes, devraient ouvrir au Luxembourg. De plus, Circle K testera dans ces shops de nouvelles offres de produits et les adaptera aux besoins des consommateurs locaux et frontaliers. —

L'histoire des *India Pale Ale* (IPA) remonte au 18<sup>e</sup> siècle lorsque les marins britanniques souhaitaient des bières qui puissent résister au long voyage en mer vers l'Inde sans se détériorer. Ils ont découvert que l'ajout de houblon en grande quantité, en plus de ses qualités de conservation, donnait à la bière une amertume qui aidait à la préserver. Ainsi, les brasseurs ont commencé à produire des bières plus fortement houblonnées, spécialement destinées à être expédiées vers l'Inde (d'où l'appellation *India Pale Ale*). Contrairement aux IPA traditionnelles réputées pour leur amertume prononcée, la Battin IPA offre une amertume plus subtile et parfaitement équilibrée. En combinant des houblons soigneusement sélectionnés avec une méthode de brassage de type *Dry Hopping* (houblonnage à cru), Battin propose une IPA appréciée par les amateurs n'étant pas forcément familiers de ce style de bière. —

## Cactus Trois chèques aux associations

Au cours de l'année 2023, plusieurs actions solidaires ont été menées par Cactus afin de récolter des dons en faveur de ses associations partenaires. Trois chèques ont ainsi pu être remis aux représentants d'UNICEF Luxembourg, de la Fondation Hëllef fir d'Natur natur&ëmweilt et de l'association Stand Speak Rise Up !.

Un chèque d'une valeur de 24.345 euros a été remis à UNICEF Luxembourg. Ce chèque est le résultat de la vente du jus d'orange solidaire de Cactus, une action menée par l'enseigne tout au long de l'année pendant laquelle 10 cents sont reversés pour chaque jus vendu, permettant ainsi de soutenir le projet d'éducation *Living Schools* au Malawi, dont l'objectif est d'offrir des perspectives aux enfants. De plus, grâce à la générosité des clients Cactus à l'occasion de la *Wantraktioun* lors de leurs passages en caisse, UNICEF a pu venir en aide aux enfants ukrainiens, affectés par la guerre et le froid, pour la deuxième année consécutive.

La vente du pain Bio *Naturbrout* et celle du *Lëtzebuurger Séisse Viz vu Berbuerg*, ont permis à Cactus de remettre un deuxième chèque d'une valeur totale de 23.297 euros à la Fondation Hëllef fir d'Natur natur&ëmweilt. À l'achat d'un pain, 10 cents sont reversés à la fondation et 20 cents sont transférés pour chaque *bag-in-box* de jus de pomme vendu. Ces montants contribuent à financer la protection de l'anax empereur, l'une des plus grandes espèces de libellules en Europe, et de son habitat dans les réserves naturelles.

Grâce aux recettes des Chouchous du Cœur, un assortiment de petits chocolats fabriqués à base de cacao Fairtrade, confectionnés par les Ateliers du Tricentenaire et du Café du Cœur Fairtrade Bruno, un chèque d'une valeur de 12.310 euros a été remis à l'association Stand Speak Rise Up !. Lancée par la Fondation du Grand-Duc et de la Grande-Duchesse de Luxembourg, cette initiative vise à dénoncer et empêcher les violences sexuelles utilisées comme arme de guerre, mais aussi à soutenir les victimes dans leur travail de reconstruction.

— COMODO —

## Acquisition de Feel Green

Opérateur du secteur de la construction au Luxembourg, Commodo a annoncé la reprise des activités de Feel Green. En intégrant les compétences et l'expertise de cette société, Commodo élargit ses activités en proposant désormais des solutions complètes d'aménagement extérieur. Dans le cadre de ce partenariat, Alain Goebels, ancien membre de l'équipe Feel Green, prend la responsabilité du département Outdoor de Commodo. David Gavroy, CEO de Commodo, a exprimé sa satisfaction à l'égard de cette nouvelle étape : «*La reprise des activités de Feel Green représente une opportunité majeure. Ensemble, nous continuerons d'offrir des solutions de construction et d'aménagement, renforçant ainsi notre position sur le marché luxembourgeois.*» —



— MUNHOWEN —

## Nouveau paradis des boissons

Munhowen Drinx, réseau de magasins spécialisés dans la vente de boissons au Luxembourg, a ouvert un nouveau point de vente à Foetz. Situé à seulement 10 minutes de Luxembourg-Ville, cet espace s'étend sur plus de 1.000m<sup>2</sup>. Avec plus de 2.000 références, Drinx Foetz propose une gamme complète de produits pour satisfaire toutes les occasions. Le magasin dispose également d'un bar central où les clients peuvent découvrir des nouveautés et participer à des Masterclass pour partager des moments conviviaux. En plus du service de livraison à domicile et du *click & collect*, Drinx Foetz a également inauguré son premier Drive. Désormais, les clients ont la possibilité de commander et de réserver leur horaire de livraison sur [drinx.lu](http://drinx.lu). —



— IMMOBEL —

## Projet Kiem 2050

Le 21 mars 2024, Immoebel, Prefalux Home et le Fonds *Kirchberg* ont annoncé l'obtention du permis de bâtir et le lancement de la commercialisation du projet Kiem 2050. Premier projet immobilier résidentiel au *Kirchberg* conçu selon les principes de l'économie circulaire, Kiem 2050 offrira une majorité de logements durables, abordables et accessibles sans conditions de revenus. L'ensemble immobilier comprendra quatre immeubles, offrant au total 148 nouveaux logements, ainsi que 5.000m<sup>2</sup> d'espaces verts et 400m<sup>2</sup> d'espaces intérieurs en libre accès tels qu'un jardin d'hiver, une bibliothèque, une salle de jeux, une salle de yoga et une buanderie conviviale. —



— MY COM FOR IMPACT —

## On.perfekt: lauréat 2024

Le 19 mars 2024 a eu lieu la cérémonie de remise de prix de *My Com For Impact*, un concours coorganisé par BGL BNP Paribas et l'agence de communication Mikado, visant à promouvoir la visibilité des entrepreneurs engagés. Le lauréat se voit octroyer un soutien financier et humain pour donner un nouvel élan à sa communication et mettre en avant son engagement envers un monde plus durable et plus inclusif. L'édition 2024 a été remportée par *on.perfekt*, société coopérative innovante dirigée par Julia Gregor. Son approche consiste, grâce à des partenariats directs avec les producteurs, à réintroduire dans le circuit marchand et à un coût réduit pour le consommateur, des aliments qui seraient autrement voués au gaspillage car imparfaits. —



— MINDFOREST —

## Lancement du site web WeProgress.net

Mindforest, bureau de conseil spécialisé dans la gestion du changement, a lancé une nouvelle plateforme en ligne dédiée à l'Engagement et à *People Analytics* au Luxembourg.



Le 19 mars 2024 MindForest a lancé le site *WeProgress.net*, fruit de plus de 20 ans de travaux et recherches dans les domaines de la psychologie, des neurosciences et sciences organisationnelles et du management. Cette initiative répond en particulier aux besoins croissants des entreprises en matière d'engagement et d'analyse des données relatives aux personnes. *WeProgress.net* leur offre une solution complète pour optimiser leur capital humain. La plateforme propose une gamme d'outils et de ressources pour mesurer, analyser et améliorer l'engagement des employés, ainsi que pour effectuer des analyses approfondies sur les

données relatives aux personnes, grâce à des fonctionnalités telles que des enquêtes d'engagement personnalisables pour évaluer le niveau de satisfaction et de motivation des employés; des tableaux de bord intuitifs et des rapports détaillés pour visualiser et interpréter les données collectées; des conseils et des bonnes pratiques pour mettre en oeuvre des stratégies efficaces de gestion des ressources humaines ainsi qu'une assistance personnalisée pour accompagner les entreprises dans leur démarche d'amélioration de l'engagement et de l'efficacité organisationnelle. —

■ Plus d'informations : [www.weprogress.net](http://www.weprogress.net)






T H E

17

100% ELECTRIC



 **DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.**

Informations environnementales : [bmw.lu](http://bmw.lu)

18,5-23,7 KWH/100 KM • 0 G/KM CO<sub>2</sub> (WLTP)

**Bilia Luxembourg**  
7, Rue Christophe Plantin  
L-2339 Luxembourg  
[www.bilia.bmw.lu](http://www.bilia.bmw.lu)

**Muzzolini**  
6, Rue Romain Fandel Zi Um Monkeler  
L-4149 Esch-sur-Alzette  
[www.muzzolini.bmw.lu](http://www.muzzolini.bmw.lu)

**Schmitz**  
21, Rue de la Gare  
L-7535 Mersch  
[www.schmitz.bmw.lu](http://www.schmitz.bmw.lu)

**Schweig**  
6, Haaptstroß  
L-9806 Hosingen  
[www.schweig.bmw.lu](http://www.schweig.bmw.lu)

— TOUSALON —

## Réouverture en beauté

Tousalon a ouvert en 1983 à Bérelange. Après un peu plus de 40 années d'exploitation, le magasin s'est vu contraint de déménager en raison du changement de propriétaire de ses murs. L'enseigne a finalement trouvé la surface qui convenait à son renouveau au sein de l'ancien Batiself de Foetz et a inauguré son nouvel espace le 21 mars 2024.



Les 10 salariés de Tousalon ont accueilli avec soulagement ce dénouement heureux pour l'avenir de leur magasin. Le renouveau a été lancé avec le déménagement des 1.200m<sup>2</sup> de Bérelange, chargés d'une magnifique histoire, vers un lieu provisoire d'abord, puis vers le 7, rue de l'Industrie à Foetz, ancien site de Batiself, qui a subi des travaux de rénovation pour pouvoir accueillir de nouvelles enseignes dans les meilleures conditions : mise aux normes, cloisonnement, décoration... Le nouveau centre commercial, baptisé Le carrousel accueille également Munhowen Drinks ainsi que d'autres enseignes, soit une nouvelle aventure à plusieurs qui va redonner vie à ce lieu bien connu. De son côté, Tousalon a utilisé la période des travaux pour participer aux grands salons

internationaux (Milan, Cologne, Paris...) et ainsi renouveler et actualiser son assortiment autour des nouvelles tendances de l'ameublement. Le magasin s'est modernisé, a développé des lignes de mobilier et revu le design de sa présentation afin de proposer un espace plus grand et plus adapté aux demandes des clients d'aujourd'hui, après avoir servi plus de 40.000 foyers en 41 ans d'histoire. En mars 2024, les clients ont pu découvrir une nouvelle activité de l'enseigne, avec la présentation d'une gamme de mobilier de jardin. Tousalon devient en effet le premier ambassadeur exclusif au Luxembourg de la marque française internationalement connue Hesperide, la marque qui équipe entre autres le stade Roland Garros. —

— BELLE ÉTOILE —

## 50 ans au firmament du commerce

Le 22 mars 2024, la Belle Étoile a lancé les festivités de son 50<sup>e</sup> anniversaire. Le centre commercial profite de cette belle occasion pour rajeunir son logo et pour faire gagner des prix à ses clients.



01

La Belle Étoile a ouvert ses portes le 3 juillet 1974 après 11 mois de travaux. Le centre occupe alors une surface de 18.000m<sup>2</sup>. Il s'impose rapidement comme le plus grand centre commercial du pays avec 21 magasins, un supermarché Cactus de 4.500m<sup>2</sup> et deux restaurants dont un self-service, formule très novatrice pour l'époque. Lors de l'ouverture (photo 01), des milliers de visiteurs affluent de tout le pays pour découvrir ce nouveau concept de shopping center qui propose des enseignes pour tous les goûts et tous les âges. Dès le début, l'objectif est de faire de ce centre commercial un lieu de vie dynamique où tout le monde trouve son compte. Les surfaces de la galerie sont utilisées pour présenter des expositions ainsi que des animations culturelles et commerciales.

Par la suite, de nombreuses étapes sont franchies et plusieurs phases d'agrandissement interviennent : le centre abrite 45 magasins en 1988, 69 en 1996, 105 en 2013 et ouvre un *food hall* flambant neuf en 2023.

En 2024, pour fêter cette belle réussite commerciale et les nombreuses étapes franchies, la Belle Étoile s'offre un logo complètement modernisé (photo 02) et associe ses clients à la fête en leur faisant gagner de nombreux prix : 50 cartes cadeaux de 50 euros grâce à des tickets de grattage distribués en caisse ; des invitations pour la grande soirée anniversaire aux 50 premiers clients fêtant leurs 50 ans ou leurs 50 ans de mariage cette année et pour les gagnants d'un concours photo organisé sur Facebook et Instagram. —



02

# Zesumme mat lech, fir d'Reprise vun engem Betrib.



„D'SNCI huet ons  
geholfen eisen Traditionsbetrieb  
Josy Juckem erfollegräich  
an d'Zukunft ze féieren.“

Tommy Houtsch  
JOSY JUCKEM



Fir eis stellt sech d'Entrepreneariat aus enger grousser Gamm vu verschid-  
dene Projeten zesummen, déi déi Lëtzebuerger Ekonomie stimuléieren an  
diversifizéieren. Mir stinn all den Entrepreneuren zur Säit, a bréngen se mat eise  
Finanzprogrammer e Schrack weider Richtung Zukunft. Dir hutt eng Iddi  
fir eng Entreprise a wëllt se realiséieren? Dann zéckt net a kontaktéiert eis.

Méi Info op [snci.lu](https://snci.lu) | [in /snci](https://in.snci)



mir begleeden d'Entrepreneariat



## Auchan / Satispay Payer ses courses autrement

Auchan a choisi de proposer à ses clients un nouvel outil de paiement : Satispay, l'application leader du paiement mobile. Le service est actif depuis le 8 mars 2024 à l'hypermarché Auchan Cloche d'Or et le sera progressivement d'ici fin juin dans les points de vente Auchan Kirchberg et Auchan Opkorn (Differdange). L'enseigne leader de la grande distribution souhaite réaffirmer ainsi son identité d'entreprise innovante qui rend le paiement des courses par smartphone plus simple, rapide et sûr, sans utiliser d'argent liquide ni de carte de crédit. Les clients d'Auchan pourront désormais payer aux caisses classiques ainsi qu'automatiques, grâce à l'application Satispay installée sur leur smartphone, en scannant un simple code QR.

## Nexten Rebaptisé ELITE

Le groupe EUROCOM a coordonné la fusion de la société luxembourgeoise NEXTEN avec la société britannique ELITE et finalisé une première levée de fonds. Cette opération a débouché sur un changement de nom pour la société luxembourgeoise, rebaptisée ELITE. Celle-ci est à l'origine du lancement de Cyberr, la première plateforme qui vise à révolutionner la manière dont les entreprises recrutent des professionnels de la cybersécurité. Alors que le secteur du recrutement continue d'évoluer à l'ère du numérique, l'équipe d'ELITE, forte d'une douzaine de personnes, se dirige vers un avenir où l'acquisition de talents sera de plus en plus pilotée par la technologie, dont l'IA, en plus des recrutements « humains » pour les postes « High Level » qui le nécessitent.

■ Plus d'informations : [cyberr.ai](http://cyberr.ai)

— NEXTIMMO / ALBALUX —

## Faciliter l'accès au logement

Deux acteurs du marché immobilier unissent leurs forces pour faciliter l'accès au logement. Nextimmo, première agence hybride du pays, et Albalux, spécialiste du courtage en crédit immobilier se sont alliés pour simplifier et optimiser le parcours d'achat immobilier des futurs propriétaires.

Créée en 2022, Nextimmo propose la publication gratuite d'annonces et un partage des commissions basé sur le succès. Elle a su convaincre près de 100 agences immobilières de rejoindre sa plateforme. Avec plus de 1.700 annonces régulièrement actualisées sur [nextimmo.lu](http://nextimmo.lu), l'entreprise se positionne comme un acteur incontournable pour la recherche immobilière dans le pays. Albalux, quant à elle, est une institution dans le monde du courtage immobilier au Luxembourg. Sa capacité à négocier des offres de financement avantageuses avec des banques partenaires, tant luxembourgeoises qu'internationales, en fait une ressource précieuse pour tout acquéreur en quête du meilleur prêt immobilier. Il combine l'expertise immobilière de Nextimmo avec le savoir-faire financier d'Albalux, offrant ainsi une expérience utilisateur améliorée et un accès facilité au marché immobilier. L'outil de calcul de crédit intégré sur les annonces de Nextimmo permet désormais aux utilisateurs d'obtenir une estimation fiable de leurs capacités d'emprunt, une étape cruciale dans le processus d'achat. ■

■ Plus d'informations : [www.nextimmo.lu](http://www.nextimmo.lu)



— KILOGRAM —

## Épicerie durable

Kilogram, e-shop écoresponsable luxembourgeois qui milite pour une consommation zéro déchet, simple et pratique, a ouvert les portes de sa première épicerie à Capellen, le vendredi 8 mars 2024.

L'aventure Kilogram a débuté en avril 2022, avec le lancement du premier e-shop écoresponsable luxembourgeois, qui propose une centaine de références, de 40 producteurs locaux. Depuis mars 2023, Kilogram a obtenu son agrément Société d'Impact Sociétal (SIS), avec un objet social axé sur la promotion d'une consommation plus responsable. D'abord présente uniquement en ligne avec son e-shop [kilogram.lu](http://kilogram.lu), l'enseigne a travaillé sans relâche pour aboutir, un an plus tard, à l'ouverture de son épicerie locale, soutenue en partie par l'Oeuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte. Ce magasin, situé route d'Arlon à Capellen, complète l'offre « drive zéro déchet ». Il s'adresse aux adeptes des courses pratiques et rapides, avec une belle surface d'accueil, une gamme qui s'enrichit et une équipe qui ne cesse de grandir. « Nous avons souhaité un local chaleureux, entièrement pensé et aménagé avec des objets et du matériel de récupération pour un magasin aussi circulaire que nos bocaux », se réjouit Stéphanie Lamberty, fondatrice et gérante de Kilogram.

Que ce soit en magasin ou en ligne, les critères de Kilogram pour choisir les produits sont toujours les mêmes. Ceux-ci doivent être locaux (circuit court autant que possible) ; biologiques ou issus de l'agriculture raisonnée et sans emballage jetable. ■

■ Plus d'informations : [kilogram.lu](http://kilogram.lu)



# Vous cherchez une assurance **Pro** qui protège vos **Produits** ?

C. Mesquita  
Fleuriste  
Fleurs du temps



Évaluez vos besoins avec  
notre bilan d'assurance **Pro**.

Plus d'infos sur [foyer.lu](https://www.foyer.lu)

  
**Foyer**

Protecting your success

## Quintet Partnership with BlackRock

Quintet Private Bank, headquartered in Luxembourg and operating across Europe and the UK, announced the launch of the first in a series of multi-manager UCITS funds designed with BlackRock, the leading global asset manager. This follows the signing of a cooperation agreement with BlackRock in 2023 that will extend Quintet's investment capabilities, significantly strengthening its ability to meet the long-term needs of its clients while retaining control of its investment decision-making. Reflecting Quintet's open-architecture approach and supported by BlackRock's scale and investment expertise, each of these actively managed, single asset class funds – available exclusively to Quintet clients – will blend a selection of third-party managers into one fund that will aim to support portfolio performance and enhance diversification. The initial fund, QMM Actively Managed US Equity, has been launched following regulatory approval and is available for investment exclusively by Quintet clients, including as part of the private bank's flagship portfolios. This US dollar-denominated fund aims to outperform its benchmark by combining actively managed US equity strategies favoring different styles. Like the three additional multi-manager funds launched in May 2024 with BlackRock – covering global high-yield bonds, Continental European equities and global investment-grade corporate bonds – the US equity fund incorporates environmental, social and governance considerations in line with Quintet's sustainable investment policy. Quintet will use Aladdin, BlackRock's proprietary investment technology platform, for its risk analytics and reporting.

## — NUMA GROUP —

# Expanding to Luxembourg

**NUMA Group, Europe's leading operator of a fully digitised hospitality platform, has announced the next stage of its European expansion entering the Grand Duchy of Luxembourg with 134 new-build apartment units.**

NUMA is bringing its innovative concept to Luxembourg City and will be part of Connection Property Development's new-build, mixed-use Connection complex. The property is located at 23–25 Rue de Bitbourg and is being developed in partnership with Silverfinch Property & Asset Management. The new NUMA property comprises 134 new-build apartment units with living space of approximately 25 square meters per unit and a combined net lettable area of 3,400 square meters. The Connection complex in Luxembourg City's Hamm quarter is an innovative and integrated development offering both office and retail space in an open, modern environment. It is scheduled to open in the second half of 2024. Situated between Luxembourg Airport, the financial district, and the city center – each just a five-minute drive away – the property in Hamm is positioned as a hub of urban life. With free public transport and a newly planned streetcar line adjacent to the property, plus quick access to major attractions, Hamm offers a unique combination of convenient accessibility and cultural diversity. The location is augmented by outstanding transport links, public and private and is close to both the Luxembourg Central Station and airport. The inclusion of a hotel marks an important milestone in Connection Property Development SA's commitment to offering a wide range of useful services within the mixed-use building and enhances the overall appeal of the Connection complex in Hamm. —



## — GCORE —

# First data center in Korea

**Gcore the global edge AI, cloud, network, and security solutions provider, made a significant mark in the Korean AI landscape with the opening of its state-of-the-art data center in Seoul on April.**

This groundbreaking facility will house an impressive array of 320 NVIDIA H100 GPUs, showcasing Gcore's commitment to delivering unparalleled performance for AI workloads. In a strategic move to ensure optimal service delivery, Gcore has forged a partnership with NHN Cloud, a renowned player in the Korean cloud computing sector. By joining forces, Gcore and NHN Cloud aim to provide AI customers with ultra-high-performance AI cloud service set to transform the rapidly growing Korean AI market, empowering businesses with the tools they need to innovate and thrive in an increasingly AI-driven world. Until now, Korean AI companies have faced significant challenges in acquiring high-performance GPUs, which are essential for developing and training AI models. AI specialists no longer need to wait weeks to acquire large-scale GPUs or utilize resources in other countries but can easily access ultra-high-performance AI computing resources through Gcore's edge cloud. Gcore's H100-based AI public cloud service, which is the first of its kind in Korea, will provide powerful computing power by organizing servers equipped with eight SMX5-type H100 GPUs into a large-scale cluster. —





## Places disponibles

Le meilleur des pédagogies  
**Montessori, Pikler, Reggio**  
adapté pour votre enfant par Rockkids

Espaces pensés par des spécialistes.  
Matériaux et couleurs sélectionnés par des experts.

**Offrez à votre enfant le meilleur départ dans la vie.**

★ **Ouvert toute l'année**

du lundi au vendredi, de 7h00 à 19h00

★ **Cuisine centrale Rockkids**

Repas préparés dans notre cuisine centrale  
avec des produits frais, locaux et de saison

★ **Activités découvertes incluses**

Accès à une multitude d'activités extra-scolaires à proximité  
(Relaxation, yoga, psychomotricité, musique...)

★ **Suivi du développement de l'enfant**

Utilisation d'outils d'observation du progrès et des  
besoins de l'enfant au cours de son développement

## Pré-inscription en ligne



[rockkids.lu/rockkids-academy](https://rockkids.lu/rockkids-academy)



**Crèche de 3 mois à 4 ans**  
**Foyer de jour de 4 à 12 ans**



**Envie de visiter**  
**l'une des 24 structures**  
**d'accueil Rockkids ?**

**Rendez-vous sur [rockkids.lu](https://rockkids.lu) !**

Complétez le formulaire de pré-inscription  
et sélectionnez l'établissement qui vous intéresse.  
L'équipe Rockkids vous recontacte rapidement afin de  
programmer une visite et répondre à vos questions.

Contactez-nous :

☎ 28 08 80 ✉ [info@rockkids.lu](mailto:info@rockkids.lu)



## Promobe New EMERALD office building

Grossfeld PAP (Promobe /Nextensa joint venture) announced that the EMERALD building, that was delivered in September 2023, is now fully let. It is situated on Boulevard F. W. Raiffesen in the Cloche d'Or district, opposite the shopping center. The construction was designed by London architect Andrew Philips, who used high-quality materials to achieve the building's aesthetic appeal. The EMERALD building is BREEAM Excellent and WELL Gold certified. With a lettable area of 6,880m<sup>2</sup>, it includes 40 parking spaces, 378m<sup>2</sup> of achieve space and 105m<sup>2</sup> of multi-purpose space. The building is now fully let to three tenants: the law firm STIBBE, which has been present in the building since its delivery, will be joined by the accountancy firm INTERTRUST, as well as the audit firm PwC, occupying the last two floors of the building.

## Foyer Partnership with Creditsimmo.lu

With its leading position in the Luxembourg insurance market, Foyer is constantly seeking to develop its range of products and services. For almost 15 years, they included car loans in its *mobile crédit* range, and since 2023 they offer private leasing. In February 2024, to strengthen its mortgage brokerage business, Foyer Group announced that they have joined forces with former mortgage broker creditsimmo.lu, which has become a business contributor. Through this cooperation, Foyer reaffirms its development in the financing sector in Luxembourg, while continuing to meet the changing needs of its customers with adapted and evolving solutions.



— RAK PORCELAIN —

## “De Neie Lëtzebuerg”

RAK Porcelain recently presented its brand new porcelain collection, “De Neie Lëtzebuerg”, designed by Luxembourg artist Jacques Schneider. Available individually or in sets, this collection is on sale since 29 February 2024 at the Jacques Schneider Boutique in the City of Luxembourg and on the RAK Porcelain webstore.

RAK Porcelain has established itself as one of the world leaders in premium porcelain. Now present on five continents and in 165 countries, the company's rapid growth is driven using high-tech equipment to produce 36 million pieces of oxide-enriched porcelain tableware and top-quality decorative accessories every year. They chose the prestigious setting of the Cercle Cité in the City of Luxembourg to present their new collection. In a convivial atmosphere, more than 400 guests had the privilege of being among the first ones to discover this exceptional collection and were able to taste the recipe which Their Royal Highnesses the Grand Duke and Grand Duchess had offered the artist for his first porcelain collection. Jacques Schneider is an emblematic figure of the international art scene. He is committed to offering a different perspective on contemporary art.

A shared passion for gastronomy, elegance and excellence naturally brought him and RAK Porcelain together. Through this collection, the artist takes us on a journey to discover or rediscover the twelve cantons which make up Luxembourg. Each canton is showcased through the different pieces that are part of this tableware: presentation plates, flat plates, mugs, cereal bowls, cups and saucers, espresso cups, square dishes, deep plates and a three-tier stand. Mariella Di Giambattista and Sven Bodry, the company's Operations Directors, commented, “It has been both a privilege and a real pleasure for our company to enter a creative partnership with such a talented and renowned artist as Jacques Schneider. In addition to his artistic genius, his ethical vision of art aligns perfectly with the values which RAK Porcelain upholds.” —





“

**We care about your assets and the environment\***

Kevin Soares, Private Banking Advisor

\*Activmandate Green Discretionary Portfolio Management



**SPUERKEESS**  
Private Banking

[SPUERKEESS.LU/privatebanking](https://SPUERKEESS.LU/privatebanking)



## Cargolux No more disposable e-cigarettes

Cargolux has decided to ban the transport of disposable electronic cigarettes on all its flights, including those operated by Cargolux Italia. This measure comes in response to growing concern about the adverse effects of these products on both public health and the environment. Disposable e-cigarettes pose a significant risk to human health, particularly for younger generations, given their targeted marketing with attractive flavors. Additionally, these devices contain lithium batteries which, as they are not recyclable, become an environmental risk if not properly disposed of. Several countries have already imposed bans on these products in their territories. Disposable e-cigarettes now join an expanding list of items that Cargolux refuses to transport on routes across its global network for ethical reasons.

## Gcore AI-powered speech recognition

Gcore announced the public availability of its powerful Gcore Artificial Intelligence Automated Speech Recognition (AI ASR), enabling broadcasters, video on demand (VOD), live streaming, and enterprise content owners to reach new global audiences, significantly enhancing the accessibility of content for those speaking different languages or with hearing impairments. Gcore AI ASR, supporting 100+ languages, allows customers to focus on fast subtitle generation for their content. The Gcore team rigorously assesses newly released and updated ASR models, ensuring the best option is available through the pre-configured service. The team supports customers with model selection and fine-tuning them to meet specific needs.

## CACEIS Partnership with AlphaOmega

CACEIS has signed a partnership deal with regulatory technology specialist AlphaOmega, to provide a PRIIPs reporting service for clients of its Private Equity Real Estate Solutions business line. The new offer is available via the connect store, CACEIS' online marketplace, through which clients can access the market-leading solutions of specially selected Fintech partners.

AlphaOmega is a Luxembourg-based firm that provides a one-stop shop for investment management firms, covering the entire fund life cycle, including fund registration, regulatory reporting and dissemination services. It produces over 500,000 regulatory reports annually for more than a hundred clients. It now generates Key Information Documents (KIDs) for CACEIS clients managing private assets.

## BIL New invoice factoring solution

Banque Internationale à Luxembourg (BIL) announced the launch of its invoice factoring solution using Edebex's platform. This partnership means BIL can propose an innovative cash solution to businesses and the self-employed. By opting for BIL's invoice factoring solution, in partnership with the FinTech Edebex, businesses can accelerate their cash flow. All B2B companies, regardless of their size or business sector, can access it. What matters is the quality of the invoices sold on the Edebex platform. Companies sell their invoices before their due date, which allows them to have access to their money faster without having to deal with debt recovery. This solution supplements the usual cash management services offered by BIL, such as personal loans.



— ALL EYES ON ME / MAISON MODERNE —

## A platform to attract talents

The startup *All Eyes On Me (AEOM)* tackles one of the major challenges facing Luxembourg companies: talent shortage. It offers a solution aimed at strengthening the employer brand of recruiting companies. Maison Moderne joined the platform's shareholding.

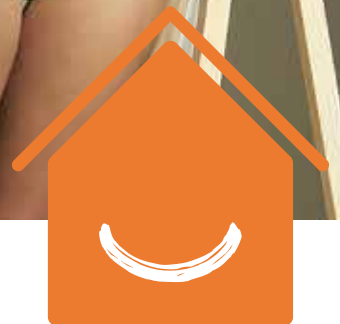
In spring 2023, four people shared these two convictions: promoting Luxembourg as a career destination and reimagining how to attract talent. Alongside Vincent King, CEO and co-founder of the *All Eyes On Me* platform, were Mike Reiffers, Nicolas Speeckaert, and Antonio Gomes, all with over a decade of experience in human resources technology. The latter three are active partners in *skeeled*, an HR technology company facilitating the recruitment process. "With *skeeled*, we already attract over 4 million visitors per year, generating hundreds of thousands of applications," explains Nicolas Speeckaert, CPO and co-founder of *skeeled* as well as associate of AEOM. "We are now the undisputed market leader, with 150 local companies among our clients and benefiting from a significant talent pool."

*All Eyes On Me* addresses a major challenge in the Luxembourg market by offering an employer brand solution. This allows companies to showcase their corporate culture, thereby attracting the most qualified talents. After nine months of product and technology development, the platform was launched. To date, [www.alleyesonme.jobs](http://www.alleyesonme.jobs) offers hundreds of company showcases and a considerable number of job offers. Each company can present itself through articles, photo reports, and a series of videos. "We have adopted a Freemium model," specifies Vincent King. Page creation and job postings are free and unlimited, but integrating presentations, photos, and videos, as well as their production, is paid. A unique and highly innovative offering for the Luxembourg market.

To accelerate its development, the four founders partnered with Maison Moderne, the publisher of Paperjam and Delano, which also has a business club and a communication agency. —



SI JE VEUX PARTIR  
EN VACANCES  
RIEN NE PEUT M'ARRÊTER



**DÉCOUVREZ**  
**easyPROTECT Habitation**

PLUS QU'UNE ASSURANCE, UN ÉTAT D'ESPRIT



### DLA Piper Relocation in Nova building

Global law firm DLA Piper moved on 2 April from its former location in Kirchberg to its new home, the iconic Nova Building, located on the Place de l'Etoile. The newly rebuilt 4,000 m<sup>2</sup> office reflects the continued growth and success of the firm which reaffirms its commitment to strengthening its position in the country. Over the past decade, DLA Piper has emerged as one of the top ten law firms in Luxembourg and a key player in the country's investment fund industry. Their global stature has uniquely positioned the Luxembourg office to promote the financial place on the international stage, attracting significant clients, investments, and talents. This combination of a strong local presence and global reach has been pivotal to their success story.

### Atoz Tax Advisers More sustainability

ATOZ Tax Advisers acquired Devéco Sustainability, a Luxembourg-based strategic and operational consulting firm in sustainable development and corporate social responsibility founded in 2017. As impacts of environmental, social, and governance (ESG) developments in the market became increasingly apparent across clients and businesses, whether they are investment funds, private equity groups or real estate structures, ATOZ was to further develop service offerings to best meet growing and rapidly evolving sustainability needs for both today and the future. This acquisition is a strategic step in both ATOZ and Devéco's journeys, allowing for the possibility to develop an increased range of services, going above and beyond the basic ESG compliance needs.

— GOODYEAR —

## Opening a new simulation center

The Goodyear Tire & Rubber Company officially opened its new Simulation Center in Luxembourg to welcome a new era for tire design development.



The new Center will host a VI-Grade DiM250 DYNAMIC Driving Simulator, designed to enhance Goodyear's collaboration with Original Equipment Manufacturers (OEMs) and to support elite tire performance through personalised product development. Using virtual tire development process, Goodyear's team can use the Simulation Center to test a virtual concept tire for a car model that does not yet exist. This allows for speedier production and ensures that tire modifications can be made in the manufacturing process to suit the vehicle's needs.

Romain Hansen, Vice President EMEA Product Development at Goodyear, explained, "The opening of our industry leading Simulation Center in Luxembourg displays Goodyear's commitment to investing in and shaping the future of mobility. Our virtual tire development team has run numerous projects to date with the leading OEMs from Europe, the US and China."

The use of simulated driving allows for fewer physical tires to be produced and a speedier manufacturing process will also enable Goodyear to achieve first to approval for all development tires with only one physical iteration. In fact, based on Goodyear calculations, the ability to develop one physical iteration will save an average of 13,000 tires and 97,500 km of physical tire testing. Following a successful first project with Maserati to produce bespoke tires for the Gran Turismo 2023, the Simulation Center is supporting Goodyear on developing tailor-made tires across the world. —

— LUXSE —

## Exchange of the year

For the 7<sup>th</sup> time since 2017, the Luxembourg Stock Exchange (LuxSE) has been named 'Exchange of the Year' at Environmental Finance's Sustainable Debt Awards 2024. This year, the exchange was recognised for its trailblazing work in emerging markets and gender finance through its leading platform for sustainable finance, the Luxembourg Green Exchange (LGX).

The Sustainable Debt Award delivered by Environmental Finance, an online news and analysis service reporting on sustainable investment and green finance, seeks to recognise institutions that excel, innovate, and contribute to the successful development of the sustainable debt market. The winners of the different categories were recognised for their thought-leadership, best practices, and innovative initiatives in the field of sustainable finance throughout 2023. After an important year of strengthening sustainable finance in emerging markets and advancing financing for gender equality, LuxSE was named 'Exchange of the Year' for its work in these important areas of sustainable development. This makes the exchange a 7-time winner of Environmental Finance's debt-related 'Exchange of the Year' title since 2017. "Contributing to closing the gaps in

financing for sustainable development in emerging markets and gender equality were key drivers for the Luxembourg Stock Exchange in 2023, shaping many of the initiatives we implemented, the securities we displayed and cooperations that we entered into. It is an honour to have our efforts in these areas recognised once more by Environmental Finance," said Julie Becker, CEO of LuxSE. Throughout 2023, LuxSE continued to foster awareness of the importance of gender finance and gender-lens investing by releasing a number of important resources in the market, and it entered into new and complementary cooperation agreements with counterparts in emerging markets to advance the sustainable finance agenda in new regions. —

# On ne choisit pas l'électricité verte pour sa couleur. Mais pour l'avenir.

Depuis 2020, Enovos a participé activement au développement de près de 30 installations renouvelables de grande envergure au Luxembourg.

Enovos fournit et produit une électricité 100% verte et locale.



## PwC / Microsoft Launch of GenAI Business Center

PwC Luxembourg, in collaboration with Microsoft, announced the launch of its GenAI Business Center, located at the PwC Experience Center in Luxembourg. This strategic collaboration marks a significant investment by both companies in helping people and organisations thrive with artificial intelligence (AI). The Business Center opened gradually in April 2024. It is designed to be a state-of-the-art hub for innovation, highlighting how the integration of PwC's industry expertise with Microsoft's advanced AI and technology solutions can come together to address complex business challenges, and unlock new opportunities, allowing companies to become more innovative, resilient, and adaptable. The new Center will help boost GenAI adoption, driving the necessary investment returns in a safe and secure way. This comes at a time of huge opportunity for businesses but also at a time when technology needs to be applied with great responsibility.

## Accenture Acquisition of Arns Group

Accenture agreed to acquire Arns Group, a technology services provider focused on supporting public sector transformation across Europe. This acquisition will further enhance Accenture's public service offering, drawing on a wide range of innovative solutions to help clients take advantage of a full continuum of technology expertise and accelerate their digital transformation. Based in Luxembourg and privately held, Arns Group was founded in 2003 and has grown into one of the largest independent service providers in Europe's public sector market. With a team of more than 2,330 people across Luxembourg, Belgium, and Greece primarily, Arns Group focuses on work with the European Union, including the EU Commission, its various institutions and member state organisations. It specialises in the management of complex public sector IT projects, including systems integration, informatics and analytics, solution implementation and program management.



— CFL CARGO —

## More traction capabilities

**First CFL cargo locomotives equipped with a “multi-system” feature Germany-Luxembourg-Poland are circulating across Europe. This innovation effectively facilitates international rail traffics and thus further promotes the shift from road transport to the much more sustainable rail transport mode.**

In their final configuration, CFL cargo's new locomotives are unique: they will be the very first locomotives capable in Europe of international traffic on the North-South and West-East axis, thanks to their multi-system feature. While the European Union Agency for Railways (ERA) urges that a well-established cross-border railway system is the foundation of European transnational mobility, the agency also admits that the lack of interoperability of the rail network constitutes arguably one of the biggest barriers to accomplishing better connectivity. This impediment significantly inhibits the shift from road to rail which would reduce freight transport's carbon footprint. In an effort to provide a short-term, tangible solution to this larger problem at hand, CFL cargo worked closely with Alstom to homologate a locomotive which will be able to bridge the gap between different national rail infrastructures.

The locomotives are, for now, homologated for Luxembourg, Germany and Poland, with deployment plans to France, Austria and Belgium in the near future. CFL cargo plans to integrate these new locomotives in a strategy which aims to combine and optimise the group's resources by running both intermodal and conventional trains on its corridors. In addition, equipped with hybrid technology, these new locomotives will also make it possible to operate the first and last mile on non-electrified sections. With the Traxx MS3, CFL cargo aims to strengthen the robustness and performance of its trains. The homogenisation of the locomotive fleet will also make it possible to gain in flexibility and therefore in the quality of services. —

**PRATIQUE**



Calculez votre cyberscore pour évaluer le niveau de sécurité de votre entreprise.



**LUXCONTROL**

[post.lu/cyberscore](https://post.lu/cyberscore)



# Institutional News

## — LES ENTREPRISES TÉMOIGNENT —

### Noelle Gerin

Responsable du développement durable, Lalux

Noelle Gerin a suivi le parcours de formation LSMS en 2023, co-conçu par la House of Sustainability et la House of Training : « *Le large panorama de ressources et le partage de bonnes pratiques, entre participants et avec les experts, m'ont permis d'entamer un travail de réflexion, et une remise en question constante de nos propres pratiques. C'est aussi une belle plateforme d'échanges entre professionnels de la RSE.* »

### Catherine Heinrichs

Directrice RH & QHSE, Peintures Robin

Peintures Robin fait partie des 72 signataires du Pacte National Entreprises et Droits de l'Homme : « *Être signataire symbolise notre engagement durable entamé il y a 25 ans. C'est un engagement que toute entreprise peut utiliser pour faire évoluer sa gestion des risques, notamment sur les droits humains. La communauté offre un réseau d'échanges enrichissants entre entreprises et un soutien important.* »

### Luc Kremer

Groupe Aventura

Pour un projet d'installation de LED dans les enseignes Comma et The Corners à la Belle Étoile, Luc Kremer et son frère ont fait appel à la House of Sustainability et ont pu bénéficier d'un appui financier avant de lancer leur projet : « *L'aide temporaire et l'accompagnement de la House of Sustainability ont largement facilité ce processus !* ».

### Netty Thines

Administrateur-délégué, Mediation

L'agence de communication Mediation est labellisée ESR depuis 2011. « *Cette labellisation ne se cantonne pas juste au pilier environnemental, mais contribue réellement à faire évoluer l'entreprise dans son ensemble et à sensibiliser ses parties prenantes. Elle représente un socle sur lequel nous bâtissons nos initiatives en matière de développement durable, en nous tenant informés des évolutions réglementaires.* »

## — TRANSITION DURABLE —

# La House of Sustainability, un an plus tard

Lancée en avril 2023, sous l'égide de la Chambre de Commerce, de la Chambre des Métiers et en partenariat avec l'INDR, la House of Sustainability est active auprès des entreprises luxembourgeoises depuis un an. Retour sur une année riche en durabilité.

« Une initiative nationale qui a pour vocation d'accélérer et de faciliter la transition durable des entreprises », c'est l'ambition que s'est donnée la House of Sustainability à son lancement. Depuis, elle a organisé près de 25 événements pour sensibiliser les entreprises, réunissant au total quelque 1.500 participants.

En termes de soutien, les conseillers de la House of Sustainability ont réalisé plus de 60 accompagnements personnalisés pour des projets de transition durable au sein d'entreprises. Parmi les programmes de soutien figure le *Starter Kit RSE* pour lequel, en collaboration avec l'INDR, la House of Sustainability accompagne les entreprises les moins aguerries, afin également de les emmener jusqu'à la labellisation ESR, qui valorise leurs accomplissements.

Par ailleurs, à ce jour, une communauté de 72 entreprises a rejoint le Pacte National Entreprises & Droits de l'Homme afin de s'engager dans une démarche de respect des droits humains dans leur chaîne de valeur, sous la coordination de la House of Sustainability.

En 2024, la House of Sustainability va poursuivre sa mission, avec les *Sustainability Cycles*, une série d'événements axés autour des enjeux phares de la durabilité. En collaboration avec la House of Training, elle va enrichir aussi son offre de formations au travers des *Luxembourg Sustainability Management Series (LSMS)*, et préparer des modules de formation axés sur les réglementations essentielles. —





— HOUSE OF ENTREPRENEURSHIP —

## Aider les entreprises à surmonter leurs difficultés

La Chambre de Commerce du Luxembourg a récemment étoffé ses services d'accompagnement et de sensibilisation à destination des entreprises qui connaissent des difficultés ou des entrepreneurs qui souhaitent rebondir après un échec.

En 2023, le Luxembourg a franchi un cap décisif dans sa gestion des situations d'insolvabilité, grâce à une modernisation de ses lois régissant la faillite et la mise en place d'une nouvelle chance après un échec. Dans ce cadre, la House of Entrepreneurship fournit un soutien essentiel aux entrepreneurs, en mettant à leur disposition une gamme d'outils et de services gratuits conçus pour anticiper les difficultés et favoriser la résilience. L'offre comprend un parcours d'accompagnement sur plusieurs mois baptisé "RELOAD". Ce programme s'adresse plus particulièrement aux entrepreneurs désireux de rebondir après un échec. Il comprend des sessions de challenge adaptées, axées sur la viabilité globale du nouveau projet professionnel, en prenant en compte ses aspects économiques, réglementaires et financiers. Les participants ont également accès à un réseau de soutien composé d'acteurs publics et d'autres entrepreneurs. De plus, des ateliers thématiques et des ressources méthodologiques sont mis à leur disposition pour les guider dans leur parcours de relance.

En complément, la Chambre de Commerce a édité un guide pratique informatif (photo) pour aider les entrepreneurs à anticiper les difficultés et à surmonter les obstacles. Celui-ci offre une analyse approfondie des défis rencontrés par les entreprises et propose des mesures concrètes pour les accompagner. —

— LUXEMBOURG CONFEDERATION —

## Défis soulignés par l'enquête Business Pulse

Luxembourg Confederation a publié les résultats de son enquête *Business Pulse* qui révèle des conclusions mitigées quant à la situation actuelle, mais encourageantes pour les mois à venir. En dépit d'un contexte économique incertain, les entreprises membres de Luxembourg Confederation font preuve d'une agilité remarquable, ajustant leurs stratégies pour naviguer dans un paysage en constante mutation.

Les enquêtes *Business Pulse* de Luxembourg Confederation mettent en lumière les tendances et défis auxquels ses membres des secteurs économiques des Services, du Commerce et du Transport, sont confrontés.

Dans l'édition du mois de mars 2024, les résultats mettent en exergue une attitude prudente vis-à-vis de la rentabilité à court terme, tout en capturant une leur d'optimisme quant aux prévisions de chiffre d'affaires pour les mois à venir. Cette dualité reflète la complexité de l'environnement actuel, dans lequel les entreprises doivent jongler avec de nombreuses contraintes externes tout en cherchant à innover et à croître. La charge bureaucratique continue de figurer parmi les principales préoccupations des entreprises, engloutissant des ressources qui pourraient être plus judicieusement investies dans l'innovation et la croissance. De même, la pression sur les coûts de main-d'œuvre monte en flèche, engendrant une diminution des marges des entreprises. Une mobilisation de ressources financières et un soutien accru sont nécessaires pour permettre aux secteurs des Services, du Commerce et du Transport de rester compétitifs. —



HORESCA

### Nouvelle gouvernance

Lors de l'Assemblée générale de la Fédération Nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers du Grand-Duché de Luxembourg qui s'est déroulée le 25 mars 2024 à la Chambre de Commerce, Steve Martellini (photo), ancien vice-président, membre du conseil d'administration depuis 2016 et gérant de deux restaurants, a été nommé Secrétaire général de l'HORESCA, en charge des opérations quotidiennes et des activités courantes, en remplacement de François Koepp qui restera directeur durant une phase de transition jusqu'à la fin de l'année. Alain Rix quant à lui poursuit son mandat de président de l'association professionnelle. Le changement de gouvernance intervient à un moment où le secteur fait face à de nombreux nouveaux défis. Il permettra à la Fédération de se renforcer stratégiquement et de consolider son positionnement au Luxembourg.

Guichet.lu

### Lecteur de texte intégré

Depuis peu, les utilisateurs de *Guichet.lu* peuvent activer un lecteur de texte intégré lors de leur consultation de descriptions de démarches sur le portail. Il s'agit d'une technologie d'assistance pour les personnes souffrant de dyslexie ou de dyspraxie et qui ne disposent pas de lecteur d'écran. Le bouton pour y accéder se présente sous forme de haut-parleur et se situe au-dessus du titre de la démarche, à côté des boutons d'impression et de partage. Ce bouton permet d'activer le lecteur de texte, mais aussi d'ajuster le volume et la vitesse d'élocution du texte. Cette nouvelle initiative vise à augmenter l'inclusion numérique de tous les citoyens.



— UEL —

## Marc Wagener nommé directeur

Le Conseil d'administration de l'UEL a nommé Marc Wagener en tant que nouveau directeur de l'UEL à compter du 17 juin 2024, suite au départ de Jean-Paul Olinger. Pendant une phase de transition qui se terminera le 31 août 2024, il conservera son rôle de Chief Operating Officer de la Chambre de Commerce.



Dans son rôle, Marc Wagener est appelé à diriger le secrétariat de l'UEL, à assister les membres du Conseil d'Administration et du Comité exécutif dans la mise en œuvre de leurs décisions, à collaborer étroitement avec les Chambres et Fédérations professionnelles sur les dossiers stratégiques, à élaborer les prises de position au profit des intérêts des entreprises luxembourgeoises et à tenir un rôle de représentation et de communication en complémentarité avec le président de l'UEL, Michel Reckinger. Avant de rejoindre l'UEL, Marc Wagener, âgé de 46 ans, occupait depuis 2019 le rôle de Chief Operating Officer à la Chambre de Commerce, où il a également œuvré aux Affaires Économiques pendant dix ans. Il est actuellement Vice-Président et représentant des organisations représentant

les intérêts des entreprises au sein du Conseil Économique et Social. Il a par ailleurs présidé le Conseil national des Finances Publiques de 2021 à 2022. Marc Wagener est diplômé en sciences commerciales et financières auprès de HEC Liège et détient un Master en *European Integration & Development* de la Vrije Universiteit Brussel. « Je me réjouis de rejoindre une équipe passionnée pour contribuer à faire avancer notre économie. Les compétences étendues de l'UEL notamment dans les domaines de la sécurité sociale, des politiques d'emploi et du droit du travail et de la fiscalité revêtiront une importance clé dans les mois et années à venir afin de renforcer la compétitivité de nos entreprises et pour pérenniser le modèle socio-économique luxembourgeois. » commente-t-il. —

— FEDIL —

## 1970 recrutements prévus dans les deux ans à venir

Le 18 avril 2024, la FEDIL a publié les conclusions de son enquête «*Les qualifications de demain dans l'industrie*» portant sur les prévisions d'embauche des entreprises industrielles du Grand-Duché de Luxembourg.



Par rapport aux éditions précédentes qui alternaient depuis 1998 entre le secteur de l'industrie et le domaine des technologies de l'information et de la communication, cette nouvelle édition de l'enquête regroupe désormais les deux domaines d'activité pour donner une vue d'ensemble des profils techniques, digitaux et administratifs recherchés sur une période de deux ans. Ainsi, pour l'édition 2024, le sondage a été étendu à toutes les entreprises membres de la FEDIL et ce nouveau format se fera dorénavant à un rythme bisannuel. Les objectifs de l'étude consistent à cerner les besoins des entreprises, concilier offre et demande de formation dans l'intérêt des jeunes, donner un indicateur fiable aux services d'orientation scolaire et professionnelle ainsi qu'adapter la politique de formation aux réalités économiques.

Les besoins recensés dans l'édition 2024 s'inscrivent clairement dans le cadre de la double transition écologique et digitale que vivent aujourd'hui les entreprises, en parallèle de l'émergence de nouvelles technologies, dont notamment l'intelligence artificielle, et des obligations administratives de *reporting* toujours plus nombreuses. L'enquête a permis de dénombrer 1.970 prévisions d'embauches : 635 dans la construction, 521 dans les métiers de l'industrie et du processus industriel, 312 dans le support informatique, 267 dans le support administratif et 235 dans les métiers du transport. —

■ Plus d'informations : [www.fedil.lu](http://www.fedil.lu)  
et [www.hellofuture.lu](http://www.hellofuture.lu)

— MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE —

## Formations inédites pour la rentrée 2024/2025

**Le système éducatif s'adapte aux évolutions de la société et du marché du travail pour offrir aux jeunes les meilleures chances de réussite dans leur vie d'adulte. «Tatouage» et «sciences de la santé» sont deux nouvelles formations proposées à la prochaine rentrée.**

Le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse innove sans cesse avec ses partenaires. À la rentrée 2024/2025, une formation menant au diplôme d'aptitude professionnelle (DAP) «tatoueur» verra ainsi le jour. À l'enseignement secondaire général, la section «sciences de la santé» (SH), sera offerte dès la classe de 4<sup>e</sup>. Le tatouage est un bon exemple de secteur en plein développement, tant au niveau artistique que règlementaire. Les futurs artistes tatoueurs doivent ainsi respecter des conditions d'hygiène et de salubrité strictes, gérer le contact et le suivi des clients, tout en cultivant leur créativité et en forgeant leur style. La formation du DAP «tatoueur» développe ces différentes compétences dans un programme orienté vers la pratique avec jusqu'à quatre jours par semaine dans une entreprise formatrice. La formation sera offerte en allemand au Lycée technique du Centre pour les élèves ayant réussi une classe de 5<sup>e</sup> secondaire. La section «sciences de la santé» de l'enseignement secondaire général, jusque-là proposée à partir de la classe de 2<sup>e</sup>, sera organisée dès la classe de 4<sup>e</sup>. Les élèves ont ainsi plus de temps pour approfondir leurs connaissances dans les sciences et technologies médicales et se spécialiser dans un des trois domaines: biologie humaine, sciences médicales, pharmacologie. Les diplômés pourront poursuivre des formations vers des métiers variés, allant du laborantin au podologue en passant par la sage-femme ou l'ingénieur en biotechnologies. La formation sera offerte en français et en allemand au Lycée technique pour professions de santé pour les élèves ayant réussi une classe de 5<sup>e</sup> avec un bon niveau en mathématiques. —

— MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE —

## 434 nouvelles bornes de charge cofinancées

**Suite au quatrième appel à projets accordant des aides financières aux entreprises qui investissent dans des projets d'infrastructures de charge pour véhicules électriques, 34 projets pour l'installation de 434 nouvelles bornes de charge ont été retenus.**

Les entreprises concernées bénéficieront d'une subvention allant jusqu'à 50% de leur investissement. Répartis sur l'ensemble du territoire luxembourgeois, les 34 projets retenus ont été soumis par 17 entreprises, dont notamment des stations-services, des supermarchés, des exploitants d'hôtels ou encore des entreprises industrielles. Le montant total des aides accordées par l'État dans le cadre de cet appel à projets est de 4,8 millions d'euros. Au total 434 bornes seront subventionnées, dont 224 bornes privées et 210 accessibles au public. La capacité de charge totale de ces bornes est de 27.012 kW. Il existe un autre régime d'aide réservé aux petites et moyennes entreprises (PME). Ainsi, sur simple demande, les PME peuvent bénéficier d'une subvention allant jusqu'à 50% des coûts liés aux bornes de charge et jusqu'à 60% des coûts liés au raccordement au réseau électrique. Cette aide est plafonnée à 60.000 euros par entreprise pour les coûts de raccordement au réseau électrique et à 40.000 euros par entreprise pour les autres coûts liés au déploiement. —

INCERT GIE

## Lancement de Keys&More, solution de gestion des clés de chiffrement

L'agence publique luxembourgeoise INCERT GIE renforce son positionnement auprès du secteur privé avec le lancement de Keys&More, un système de gestion de clés cryptographiques (KMS) agnostique sur le plan matériel, conçu pour répondre aux besoins de déploiement complexes des fabricants et des fournisseurs industriels. La solution KMS combine une plateforme puissante pour une gestion centralisée, des options de déploiement flexibles et des services de conseil stratégique. Disponible en mode cloud (KMSaaS), sur site ou hybride, Keys&More rationalise la gestion de l'ensemble du cycle de vie des clés: génération, distribution, stockage, rotation, révocation, récupération ou encore destruction des clés. Grâce à une plateforme pensée pour simplifier l'usage d'utilisateurs non experts, les fabricants d'équipements d'origine (OEM) supervisent la gestion des utilisateurs, les signatures numériques, le cryptage, le décryptage et bien plus encore. Ce système unifié les aide à se mettre en conformité, à accroître l'efficacité opérationnelle, à réduire les coûts et à appliquer les meilleures pratiques en matière de cryptographie. En tant que solution indépendante de toute plateforme tierce, Keys&More fonctionne avec n'importe quel fournisseur de cloud et de multiples fournisseurs de HSM et de bases de données. Keys&More espère trouver un écho dans l'industrie automobile en raison de ses besoins de déploiement complexes, de sa dépendance croissante à l'égard des appareils connectés et des réglementations industrielles. La solution permet aux organisations d'exploiter en toute sécurité les tendances transformatrices, telles que *Vehicle-to-Everything*, l'internet des objets et la digitalisation de la chaîne de production.



— HOUSE OF TRAINING / UIMM —

## Accélérer la transition industrielle par la formation professionnelle continue

Afin d'accompagner plus de 950 industries dans leur développement de compétences, la House of Training, partenaire de confiance pour la formation professionnelle continue, a développé un partenariat de services avec le Pôle Formation UIMM Lorraine pour proposer aux entreprises une nouvelle offre de formations dans les activités de production, de maintenance, et de méthodologie.



**Loïc Jobert**  
directeur adjoint  
Relations Entreprises,  
Pôle Formation UIMM  
Lorraine



**Alexandre Piemont**  
head of Operations,  
House of Training

« Pour accompagner les entreprises. »

### À qui s'adresse cette offre de formations ?

**Alexandre Piemont :** Nous avons conçu ces programmes pour répondre aux besoins spécifiques des techniciens, des chefs d'équipe de maintenance, ainsi qu'à l'ensemble des ouvriers, employés et cadres du secteur.

**Loïc Jobert :** Nos formations conjointes visent spécifiquement la montée en compétences des pilotes de production ainsi que des techniciens de maintenance.

### Comment cette initiative anticipe-t-elle les besoins futurs de l'industrie luxembourgeoise ?

**Loïc Jobert :** Les formations sont conçues pour accompagner les entreprises dans leurs transitions verte et digitale, en fournissant des solutions pratiques pour la production, la maintenance et l'amélioration des process en utilisant le Lean Six Sigma, par exemple.

**Alexandre Piemont :** Notre objectif est de proposer aux talents un parcours de formation correspondant à leur activité. Nous mettons à leur disposition une boîte à outils pratique et théorique pour optimiser la production, la maintenance et la gestion d'équipe.

Forte de son histoire, l'industrie luxembourgeoise se caractérise aujourd'hui par sa diversité et sa capacité à produire des biens de haute qualité destinés aux marchés nationaux et internationaux. À l'ère de l'Industrie 4.0, une transformation majeure se met en place, où l'innovation digitale et environnementale guide les pratiques vers une production durable et verte. Pour assurer une transition réussie vers ce nouvel horizon industriel, il est essentiel d'investir dans le développement des compétences des entreprises et de leurs employés à travers la formation professionnelle continue. Le secteur nécessite des compétences techniques de pointe telles que l'automatisation, la robotique et la maintenance. La gestion efficace de la production et la métrologie sont également essentielles. En investissant dans le développement de ces compétences et en offrant des opportunités de formation continue, l'industrie

luxembourgeoise peut rester agile, intégrer les transitions digitale et environnementale et se convertir avec succès à l'Industrie 5.0. Ainsi, au travers d'un partenariat de services entre le Pôle Formation UIMM Lorraine et la House of Training, a été développée une offre de formations dans les activités de production, de maintenance, et de méthodologie. Comme toutes les formations de la House of Training, elles sont conçues pour répondre aux besoins variés du secteur, en proposant des formations qui abordent une multitude de domaines, de l'optimisation organisationnelle avec les méthodes Lean Six Sigma, à la maîtrise des technologies de production et de maintenance, incluant la robotique et l'automatisation, ainsi que le leadership et la gestion d'équipe. —

■ Plus d'informations sur les formations : [www.houseoftraining.lu](http://www.houseoftraining.lu)

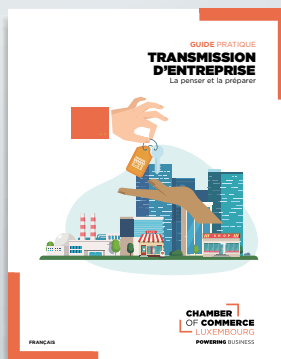
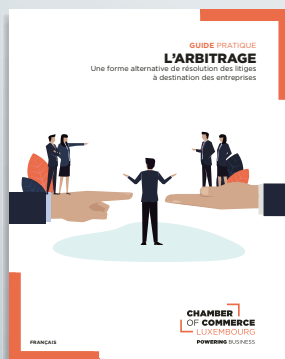


# NOS GUIDES PRATIQUES PROPOSENT

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



**NOUVEAU**



Pour plus d'informations, consultez notre rubrique « Publications » sous [www.cc.lu](http://www.cc.lu)

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

SUIVEZ-NOUS : @CCLUXEMBOURG

**CHAMBER**  
**OF COMMERCE**  
**LUXEMBOURG**  
POWERING BUSINESS

[WWW.CC.LU](http://WWW.CC.LU)



## Luxembourg Confederation Gouvernance renforcée

Le 4 avril 2024, Luxembourg Confederation a annoncé la mise en place de son nouvel *Executive Committee*. Le Chief Executive Officer, Tom Baumert, dirige la stratégie et la vision de l'organisation, appuyé par la Chief Operating Officer, Géraldine Bélier, et le Chief of Staff, Théo Biewer. Cette composition garantit une gouvernance efficace et une prise de décision agile. Les valeurs de coopération, proximité, engagement, ouverture et progrès restent au cœur de l'organisation. Luxembourg Confederation est convaincue que le renforcement de ces principes, à travers le leadership éclairé du nouveau comité exécutif, permettra de réaliser des avancées significatives pour ses membres et pour l'ensemble des secteurs qu'elle représente.

### LPPF

## Une fédération pour la gestion de la paie

Le 26 mars 2024, une nouvelle fédération a vu le jour au sein de Luxembourg Confederation : la *Luxembourg Payroll Provider Federation* (LPPF) qui aspire à être le catalyseur d'une transformation profonde et positive de l'univers de la gestion de la paie, marquant une étape décisive vers une industrie plus harmonisée, innovante et reconnue. Sandra Claro, présidente, a indiqué que les missions de la nouvelle association seraient multiples : assurer une communication étroite avec les administrations, participer aux concertations en tant qu'experts, intégrer des technologies avancées dans les processus, simplifier l'adaptation aux exigences fiscales, en particulier pour les employés transfrontaliers, et renforcer la reconnaissance du métier avec toutes ses technicités.



### — EXPO 2025 OSAKA —

## Le pavillon luxembourgeois prend forme

**La prochaine Exposition universelle se tiendra du 13 avril au 13 octobre 2025 à Yumeshima, une île artificielle de la baie d'Osaka. Elle aura pour thème « Concevoir la société du futur, imaginer notre vie de demain » et prévoit l'accueil de 28 millions de visiteurs, dont 3,5 millions venant de l'étranger. À ce stade, 160 pays et régions et 9 organisations internationales ont confirmé leur participation.**

Les préparatifs autour du Pavillon luxembourgeois, conçu par le bureau d'architecture luxembourgeois STD/M, battent leur plein. En effet, suite à la cérémonie du premier coup de pelle ayant eu lieu le 25 janvier 2024, les travaux de construction, effectués par l'entreprise japonaise Naito House, ont débuté en février dernier. L'aménagement intérieur du Pavillon et le développement du contenu scénographique sont également développés progressivement, en étroite collaboration avec les scénographes de Jangled Nerves. L'une des particularités du Pavillon luxembourgeois est d'être « *circular by design* », c'est-à-dire que les principes de l'économie circulaire sont appliqués dès la conception et permettront une réutilisation partielle des composants, la ville de Katano ayant exprimé son intérêt pour reprendre une partie des matériaux à l'issue de l'Expo.

Le GIE Luxembourg@Expo2025Osaka, groupe-ment d'intérêt économique en charge de gérer la participation du Luxembourg à l'Expo 2025 Osaka, et Cargolux ont conclu en avril un contrat de partenariat. Dès 1985, Cargolux a opéré une ligne vers Fukuoka, située sur la côte nord de l'île de Kyushu. Depuis lors, elle a étendu ses activités, vers l'aéroport de Komatsu (préfecture d'Ishikawa) et à celui de Narita (Tokyo). « *Cargolux se réjouit d'être l'un des principaux sponsors du Pavillon luxembourgeois à l'Exposition universelle d'Osaka. Le Pavillon constitue une excellente occasion pour le Luxembourg de présenter le pays, ainsi que sa contribution au thème de l'Exposition. Cargolux entretient des relations de longue date avec le Japon, depuis près de 40 ans, et nous nous réjouissons de les poursuivre à l'avenir* », a déclaré Richard Forson, président-directeur général de Cargolux. —

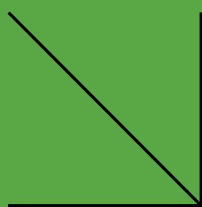
Réorientation

**OU**

Perfectionnement



**Tous  
tes choix  
mènent  
à la**



HOUSE OF  
**TRAINING**

Des formations pour une évolution professionnelle

— SICA —

## Un centre de ressources nouvelle génération

Les travaux de construction du nouveau centre de ressources du SICA (Syndicat Intercommunal pour l'Hygiène Publique du Canton de Capellen) ont débuté début avril. À la pointe de la modernité, il sera le premier centre de ressources du pays à répondre aux dispositions de la nouvelle loi relative aux déchets.



Le centre de recyclage du SICA a ouvert ses portes en 1993. À cette époque, il est le premier de ce type dans le pays. Avec l'adhésion de nouvelles communes et de nouveaux besoins, la planification d'un nouveau centre de ressources est devenue une nécessité. Elle s'est déroulée sur plusieurs années, permettant ainsi d'intégrer dans le concept les expériences et les nouveaux progrès en matière de gestion des déchets. Ainsi, le nouveau Centre de ressources abritera un *Secondhand Shop* d'une superficie de plus de 160m<sup>2</sup>. En l'état actuel, le *Resiclagebuttek* permet chaque année de donner une nouvelle vie à 150.000kg d'objets d'usage courant, tels que des livres, des ustensiles de cuisine, des jouets pour enfants et des vêtements, qui autrement finiraient à la poubelle, bien qu'ils soient souvent encore en bon état. La nouvelle construction prévue pour le centre de recyclage du SICA abritera également

un vaste atelier de réparation permanent *Repairatelier* de plus de 100m<sup>2</sup>. Cet atelier servira à réparer des objets défectueux et contribuera ainsi à réduire les déchets. En outre, l'aménagement d'une grande installation photovoltaïque sur les toits est prévu pour couvrir une partie des besoins énergétiques du centre avec des énergies renouvelables. Pour enrichir l'expérience d'apprentissage et de formation des nombreuses classes scolaires qui visitent le centre, une salle de formation spécialement aménagée à des fins pédagogiques sera mise à disposition. Cette salle permettra aux élèves d'explorer et de mieux comprendre les questions environnementales et les concepts de recyclage. Parmi les autres équipements prévus figure une *Superdreckskschicht* permanente. —

— MLQE —

## Participez au Prix Luxembourgeois pour la Qualité et l'Excellence – Édition 2024!

L'édition 2024 des Prix Luxembourgeois pour la Qualité et l'Excellence se tiendra le 20 novembre 2024.

L'occasion pour les entreprises de soumettre leur candidature.



Depuis plus de 15 ans, le Mouvement Luxembourgeois pour la Qualité et l'Excellence (MLQE) et le ministère de l'Économie décernent, chaque année, les Prix Luxembourgeois de la Qualité et de l'Excellence (PLQE), afin de récompenser le modèle de gouvernance des organisations au travers de thématiques clés telles que la raison d'être, la vision, la création de valeur, ou encore les résultats obtenus. Les étudiants, ainsi que les projets qualité novateurs sont également mis à l'honneur durant la cérémonie de remise des prix.

Au-delà d'une récompense, le processus des PLQE est un outil d'(auto-)évaluation et d'amélioration reconnu et performant, qui s'appuie sur des référentiels internationaux et des concepts fondamentaux

de management, encadré par des évaluateurs experts. C'est également un bon outil pour les organismes et entreprises qui souhaitent se situer en matière de démarche vers l'excellence.

Depuis ses débuts en 2004, la remise des Prix Luxembourgeois de la Qualité et de l'Excellence est devenue le carrefour de rencontre de tous ceux qui mettent la qualité, la satisfaction des parties prenantes et l'amélioration continue des processus, services et produits, au centre de leurs préoccupations quotidiennes. —

■ Pour soumettre une candidature :  
[www.mlqe.lu/plqe/](http://www.mlqe.lu/plqe/) ou  
 E-mail : [sec.general@mlqe.lu](mailto:sec.general@mlqe.lu)  
 Tél. : (+352) 621 242 099





NEXUS 2050

# THE INTERNATIONAL TECH PULSE

JUNE 26+27 2024

LUXEMBOURG CITY – [WWW.NEXUS2050.COM](http://WWW.NEXUS2050.COM)

Official opening in the presence of  
**H.R.H. the Crown Prince**

+5.000 attendees

+1.200 guests at the closing seated dinner

+200 speakers • +70 exhibitors • +200 start-up exhibitors

11.000 m<sup>2</sup> • 3 Villages, 4 stages

In collaboration with



European  
Commission



LE GOUVERNEMENT  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG



LUXINNOVATION  
#MakingInnovationHappen

Global Partner





Fedil

## Nouvelle présidence

À la suite de l'annonce du départ de Michèle Detaille après 5 ans à sa tête, le Conseil d'administration de la FEDIL, dans sa réunion du 18 mars 2024, a décidé de nommer Georges Rassel nouveau président de l'association patronale. Sa prise de fonction a eu lieu à la date de l'Assemblée générale, le 23 avril 2024. Avant cette nomination, Georges Rassel siégeait déjà au Conseil d'administration de la FEDIL depuis 2015 et avait été nommé vice-président en juin 2023. Par ailleurs, le Conseil d'administration a nommé un nouveau vice-président en la personne d'Alex Schumann et coopté Isabelle Lentz comme administratrice.

Fondation

Alphonse Weicker

## Don de 120.000 euros

Le 20 mars 2024, la Fondation Alphonse Weicker a fait un don de 120.000 euros répartis entre quatre institutions partageant la mission commune de lutter contre diverses formes d'exclusion et de précarité. Tout d'abord, la Fondation du Grand-Duc et de la Grande-Duchesse, sous la présidence de S.A.R. la Grande-Duchesse Maria Teresa. Cette fondation est dédiée principalement à l'assistance des populations les plus vulnérables, notamment les femmes et les enfants, tant au Luxembourg qu'à l'étranger. Ensuite, les épiceries sociales « Caritas Buttek » et « Croix-rouge Buttek », qui proposent aux personnes touchées par la pauvreté au Luxembourg des produits alimentaires et d'hygiène à des prix jusqu'à 70% moins chers que sur le marché. Enfin, l'association Stëmm vun der Strooss qui, elle, vient en aide aux personnes en détresse et œuvre en faveur de l'intégration sociale et professionnelle des personnes défavorisées.

— LU-CIX —

## 15 ans d'existence

**LU-CIX, le nœud d'échange internet du Luxembourg, fête cette année ses 15 ans d'existence et de connexion entre acteurs de l'internet national et international.**

Depuis 15 ans, LU-CIX mène à bien de nombreux projets techniques d'importance pour l'écosystème TIC qu'elle fédère y compris au-delà des frontières du pays. En effet, l'infrastructure technique gérée par LU-CIX, en coopération avec la Fondation Restena, assure le bon fonctionnement de l'internet au Luxembourg, en permettant au trafic national de circuler de manière fluide et sécurisée. Au cours des 15 dernières années, LU-CIX a contribué à de nombreux projets, tels que la mise en place du Centre national de filtrage d'attaques DDoS dans le cadre de gestion de crises cybernétiques, ainsi que le lancement de « LuxChat », une messagerie instantanée gratuite en collaboration avec la Chambre de Commerce et le ministère de la Digitalisation. Lors de la célébration de cet anniversaire, Claude Demuth, président de LU-CIX asbl et CEO de LU-CIX Management G.I.E., a souligné les étapes importantes de son histoire. Il a rappelé les débuts de l'initiative puis évoqué les projets et les coopérations qui ont fait de LU-CIX un acteur de confiance pour les secteurs privé et public: *« Je suis particulièrement fier des accomplissements passés. D'une équipe de bénévoles nous nous sommes professionnalisés pour compter aujourd'hui une quinzaine d'employés, tous plus investis et motivés les uns que les autres »*. —

— CHAMBRE DE COMMERCE / ADEM —

## Partenariat stratégique en faveur de l'emploi et de l'employabilité

**La Chambre de Commerce et l'Agence pour le développement de l'emploi (ADEM) ont renouvelé leur partenariat via une convention-cadre qui entérine leur collaboration de longue date.**



— ILR/LIST —

## Le partage d'électricité

**En mars dernier, l'Institut Luxembourgeois de Régulation (ILR) et le Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) ont présenté le nouveau site internet « WeShareEnergy », qui offre toute une série d'informations sur les principes du partage de l'électricité renouvelable.**

Lors de la conférence de presse de lancement, l'ILR et le LIST ont présenté les diverses modalités de partage de l'électricité dans le cadre de l'autoconsommation collective et des communautés énergétiques. À cette occasion, l'ILR a lancé le site web *WeShareEnergy*, destiné à informer sur les différents types de groupe de partage et sur les clés de répartition de la production d'électricité. Cet outil permet aux citoyens de simuler la répartition de l'électricité produite entre les différents participants au partage. Grâce à ce système, un producteur peut partager son surplus d'électricité avec des consommateurs à travers tout le pays. Tout comme l'autoconsommation individuelle, le partage de l'électricité présente des avantages économiques et écologiques, car il permet de consommer de l'électricité renouvelable et produite localement, lorsque celle-ci est disponible, même pour ceux qui n'ont pas la possibilité d'installer leurs propres panneaux solaires. Ainsi, le citoyen devient moins dépendant de l'approvisionnement par le réseau et peut éviter les fluctuations des prix sur le marché de l'électricité. —

■ Plus d'informations : [www.weshareenergy.lu](http://www.weshareenergy.lu)

À travers cette convention-cadre, les deux partenaires renforcent le cadre formel de collaboration afin de développer et de mettre en œuvre des projets à valeur ajoutée pour le marché du travail, ceci sous considération des enjeux d'un contexte socio-économique en évolution où les compétences recherchées par les entreprises et la disponibilité des talents constituent des défis majeurs. Ainsi, l'ADEM et la Chambre de Commerce poursuivront leur collaboration dans le cadre de la formation professionnelle continue et initiale et mèneront des actions concrètes notamment pour promouvoir l'entrepreneuriat ainsi que pour analyser les grandes tendances en matière de compétences recherchées sur le marché du travail. La convention-cadre de collaboration a été signée par Georges Mischo, ministre du Travail, Isabelle Schlessler, directrice de l'Agence pour le développement de l'emploi, Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce et Muriel Morbé, CEO de la House of Training. —

**Du 8 au 11 juillet**  **2024**

3 JOURS DE WORKSHOPS + HACKATHON LE  11/7

**SUMMER**

**Digitalisez  
votre entreprise**

**SCHOOL**



**INSCRIPTION GRATUITE**



## SOS Villages d'Enfants Monde Don pour l'Éthiopie

Suite à sa participation en novembre dernier à la campagne solidaire *Giving Tuesday 2023*, orchestrée par SOS Villages d'Enfants Monde, la Banque Havilland a remis un chèque de 2.200 euros à l'association luxembourgeoise. Cette généreuse somme générée en partie par un concours de pâtisserie, sera attribuée à un important projet, mis en place par SOS Villages d'Enfants en Éthiopie avec son partenaire local, pour répondre à des besoins pressants de santé et de nutrition pour des populations très vulnérables affectées par une sécheresse catastrophique dans un contexte de crises majeures.

## IMS Podcast durable

En mars 2024, IMS s'est associé à la communauté nationale des B Corp pour lancer le podcast *Nouvelles Voies d'Entreprendre*, disponible en français sur Apple Podcast, Deezer et Spotify. Trois épisodes d'environ 20 minutes chacun sont proposés aux auditeurs pour que ceux-ci puissent écouter les témoignages que les entreprises Ramborn, A beautiful Green, CDCL, Bamolux, GO TO Freedom et Innpact ont partagés lors de leur passage au micro d'IMS Luxembourg. Ces récits offrent des insights précieux sur la progression quotidienne des entreprises vers un avenir plus durable. Les trois épisodes concernent les thématiques suivantes : Redéfinir la norme autour de son entreprise avec Carlo Hein et Cintia Procaci ; Se challenger pour un modèle résilient avec Sébastien Jungen et Jérôme Goeres ; et Le capital humain tout au long du chemin avec Séverine Schwander et Jérôme Carbonnelle.

— FONDATION HËLLEF FIR D'NATUR —

## Pour se connecter à la nature

La Fondation Hëllef fir d'Natur a depuis peu un nouveau site web, conçu pour offrir une expérience interactive et informative simplifiée à ses visiteurs.

Cette nouvelle plateforme en ligne vise à renforcer la connexion entre les individus et la nature, tout en sensibilisant le public aux initiatives de préservation de l'environnement fait par la Fondation. Doté d'un design épuré mais convivial, le site web offre une navigation intuitive permettant aux utilisateurs de découvrir facilement les différentes facettes du travail accompli par la fondation. Des sections dédiées mettent en lumière les projets en cours, les réserves naturelles, ainsi que les moyens de s'impliquer et de soutenir les efforts de conservation.

En plus de fournir des informations sur les actions de la fondation, le site web comprend également des ressources éducatives telles que des brochures, des vidéos et des guides pratiques sur la faune, la flore et les écosystèmes locaux. Les visiteurs auront ainsi l'opportunité d'approfondir leurs connaissances sur la biodiversité et les enjeux environnementaux actuels.

Le nouveau site web s'inscrit dans le cadre des efforts continus qu'effectue la fondation pour élargir sa portée et sensibiliser le public à l'importance de protéger la nature. En fournissant un accès facile à des informations pertinentes et en encourageant l'engagement communautaire, la Fondation espère mobiliser davantage de personnes autour de sa mission de conservation. —

■ Plus d'informations : [www.hellefnatur.lu](http://www.hellefnatur.lu)



— UEL /FR2S —

## Second baromètre de l'emploi

L'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL), a réalisé fin 2023 le second baromètre de l'emploi auprès des cabinets de recrutement du Luxembourg, en collaboration avec la Federation for Recruitment, Search & Selection (fr2s). Les résultats identifient des leviers pour relancer l'attractivité du pays.

Le premier baromètre, réalisé un an plus tôt, avait permis de comprendre les principales difficultés auxquelles les cabinets de recrutement sont confrontés pour attirer des candidats. Les données du second baromètre permettent de suivre l'évolution des besoins des entreprises, des candidats et de l'attractivité du Luxembourg. En prenant en compte les retours des membres de la fr2s, il appréhende plus en détail certaines dimensions supplémentaires, notamment les régimes fiscaux. Le baromètre de l'emploi 2024 a permis d'extraire cinq enseignements clés : les entreprises recherchent trop souvent des profils similaires ; le marché de l'emploi est trop axé sur des rôles dits « réglementaires » ; les difficultés de recrutement persistent ; l'indexation des salaires n'est pas un argument pour recruter à l'étranger ; et enfin, il existe des leviers pour relancer l'attractivité du Luxembourg. « Avec ce Baromètre, l'intention de l'UEL est d'objectiver la situation du marché de l'emploi et de comprendre les leviers, notamment fiscaux, sur lesquels nous pouvons agir pour attirer des talents au Luxembourg » a déclaré Michel Reckinger, président de l'UEL. —

■ Plus d'informations : [www.uel.lu](http://www.uel.lu)



# EASY EVENT



A TURNKEY  
PACKAGE

+160 EVENTS  
PER YEAR

A WIDE  
SELECTION  
OF ROOMS

BRIGHT  
SPACES

PROFESSIONAL  
TEAM



**ECCL**  
SPACES REFLECTING  
YOUR IDEAS



European  
Convention Center  
LUXEMBOURG

YOUR UNIQUE CONGRESS CENTER



# PACKAGE

— CHAMBRE DES MÉTIERS —

## 100<sup>e</sup> anniversaire

C'est avec un regard rétrospectif, mais aussi tourné vers l'avenir, que la Chambre des Métiers a fêté son 100<sup>e</sup> anniversaire le 7 mars 2024 à l'European Convention Center. Parmi les invités, se trouvaient S.A.R. le Grand-Duc Henri, le Premier ministre Luc Frieden ainsi que de nombreux représentants du monde politique, économique et social.



La chambre professionnelle des métiers de l'artisanat a été créée en 1924. Depuis 1945, l'institution porte le nom de Chambre des Métiers et depuis 1992, elle a établi son siège au Kirchberg. La création d'une chambre professionnelle pour l'artisanat en tant qu'institution de droit public et, en même temps, autonome fut dictée par l'idée de donner une voix à l'artisanat dans les affaires politiques, sociales et économiques. Lors de la célébration de l'anniversaire, le Premier ministre Luc Frieden a souligné l'importante contribution de l'institution au processus démocratique et au développement économique du pays. Aujourd'hui, la Chambre des Métiers s'engage activement à promouvoir et soutenir le développement et l'innovation dans l'artisanat, à encourager la création et la transmission d'entreprises ainsi que la formation initiale et continue. À l'image

de son bâtiment, constamment agrandi au fil des décennies, la Chambre des Métiers évolue également de façon permanente en mettant l'accent sur la numérisation, l'innovation et la transition énergétique. Elle représente toutes les entreprises artisanales, allant du secteur alimentaire à celui de la mode, en passant par la santé & l'hygiène, la mécanique, la construction, la communication, le multimédia, l'art et bien d'autres activités et services artisanaux. Au moment de conclure la soirée, le futurologue Max Thinius a souligné l'importance passée, présente et future de l'artisanat et le rôle important que celui-ci pourra jouer dans le nouveau «*modèle de vie dans le numérique*», car «*l'avenir n'arrive pas, nous le façonnons*» – conformément à la devise de la Chambre des Métiers: *Make. Shape. Create.* —

— JEL —

## Vente en commun des mini-entreprises

Les 1<sup>er</sup> et 2 mars 2024, la galerie marchande de la Belle Étoile a été le cadre d'un événement inspirant: la «*Vente en Commun des Mini-Entreprises*». Organisée par Jonk Entrepreneuren Luxembourg en partenariat avec le centre commercial la Belle Étoile, cette initiative a permis à 89 mini-entreprises nationales de présenter leurs produits et services au grand public.



Cette année, l'événement a attiré la participation de plus de 450 élèves de 24 lycées différents, démontrant ainsi l'engagement des jeunes Luxembourgeois dans l'entrepreneuriat.

La «*Vente en Commun*» a offert aux élèves une plateforme unique pour tester leurs techniques de vente et acquérir une précieuse expérience dans le contact avec la clientèle. À cette occasion, Martine Hansen, la ministre de la Protection des consommateurs et Claude Meisch, le ministre de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse, se sont rendus sur place pour aller à la rencontre des jeunes participants.

Pendant les deux journées de vente, les visiteurs ont eu l'opportunité de désigner

leur mini-entreprise favorite en votant via un formulaire en ligne. C'est finalement l'équipe «*Matera*», constituée de 8 jeunes, mini-entreprise du Lycée Aline Mayrisch produisant du thé glacé au maté, qui a remporté le prix du public. Cette récompense octroie aux élèves un prix sponsorisé par la Belle Étoile. Les membres du comité JEL Alumni ont également désigné leur stand préféré, celui de la mini-entreprise Grillsquare du Lycée des Arts et Métiers. L'équipe de 6 élèves produit des petits barbecues portables qui fonctionnent au charbon de bois et sont destinés à remplacer les barbecues jetables. —



# LUXEMBOURG TIMES

We question. We cover. We connect



## Luxembourg's leading online newspaper in English

Download the app

LuxTimes.lu





— 2024 PARIS OLYMPICS —

## Privatise the venue for a customised Olympic experience at your fingertips at “*Maison du Luxembourg*”

As the excitement builds for the upcoming 2024 Olympic Games, sports enthusiasts and networking aficionados alike should not miss the chance to elevate their Olympic experience at the *Maison du Luxembourg* in Paris.

From July 26<sup>th</sup> to August 11<sup>th</sup>, this exclusive venue will be open from 4pm to 2am, offering a unique atmosphere with Luxembourgish flair in the heart of the French capital.

Located within the iconic stadium Jean Bouin – just a stone’s throw away from Parc des Princes and Roland Garros - the *Maison du Luxembourg* boasts a private terrace overlooking the stadium’s pitch and thus providing a stunning backdrop for networking and socializing. The pitch will also host *Team Deutschland’s* FanZone with a variety of concerts and other entertainment on offer which guests of the *Maison du Luxembourg* can follow from the terrace while enjoying a vast selection of food and drinks.

Whether you want to stop by in-between watching competitions or find yourself in Paris but have been unable to secure tickets to follow the opening and closing ceremonies or one of the Olympic events live – as a guest at the *Maison du Luxembourg* you can fully immerse yourself in the Olympic spirit by following livestreams of competitions, meeting the Luxembourgish athletes in person and

celebrating their achievements. The venue will also be home to an exhibition showcasing Luxembourg’s sports history and highlighting the country’s rich athletic heritage.

The *Maison du Luxembourg* is a space where sporting excellence and Luxembourgish culture converge, creating a unique environment for networking, sports celebration, and mutual exchange. Privatization for company events and the like is also possible, providing a customizable experience. Join us at *Maison du Luxembourg* during the 2024 Paris Olympics for an unforgettable experience where sporting excellence, culture and networking opportunities come together in a truly exceptional setting. Celebrate Luxembourgish athletes, connect with fellow enthusiasts, and create lasting memories at this one-of-a-kind venue. —



More info: [www.maisonduluxembourg.lu](http://www.maisonduluxembourg.lu)  
OR scan to find all the information regarding the *Maison du Luxembourg*.





**Savoir,  
c'est pouvoir  
débatte.**

**virgule,**

Votre source d'actualités fiable au  
Luxembourg et dans la Grande Région.

Je veux savoir



— FONDATION DE LUXEMBOURG —

## Science for Society Prize 2023

In a ceremony on 16 March 2024, the 2023 Science for Society Prize, an initiative of the Science for Society Foundation, under the aegis of Fondation de Luxembourg, was awarded to the *Fondation Jeunes Scientifiques Luxembourg*, for its youth programme "Science:next".

In receiving this prize, the *Fondation Jeunes Scientifiques Luxembourg* was commended for the extracurricular programme which exposes students to the scientific method and empowers young minds to think critically, develop specific skills essential to scientific research and then apply these skills to address issues that impact society at large. At the ceremony, Sousana Eang, director of the *Fondation Jeunes Scientifiques Luxembourg* expressed gratitude for the award: "On behalf of the Fondation Jeunes Scientifiques Luxembourg, I thank the Science for Society Foundation and its founder, Jacques de Sellier, for their encouragement and support. We will use this grant to further support the youngsters that take part in the Science:next program, mainly by helping them acquire material for scientific projects."

The Science:next programme runs throughout the school year, and is open

to curious young people aged from 11 to 21. Participants gain experience through practical applications and interactive learning, under the guidance of experienced scientists and engineers from diverse fields. Through the programme, students may also prepare for and take part in competitions, which encourages teamwork and communication skills. On completion of the programme, participants are well-equipped to distinguish between fact and fiction, an aspect of the programme that is of particular importance to the Science for Society Foundation. The science for Society Prize was created in 2021 to reward annually an organisation or project that demonstrates effective communication of credible scientific information to the general public. This year marks the third and final edition of the Science for Society Prize. —



— DATASPACE 4 HEALTH —

## Secure health data exchange

On 25 March 2024, the launch of Dataspace4Health was announced, an open ecosystem designed to revolutionise secure and compliant health data exchange in the country and beyond. This initiative aims to transform healthcare by leveraging the power of data while fully adhering to EU regulations and Gaia-X standards.

The Dataspace4Health project will bring advances to Luxembourg's healthcare landscape. One of the key benefits is enhanced patient care, which includes improved diagnoses and treatments, better understanding of diseases, and effective preventive measures. Additionally, the platform will foster research and innovation by providing secure access to health data, enabling research that will ultimately lead to improved healthcare outcomes. Furthermore, the platform will help build a connected ecosystem by establishing a secure and efficient layer for data sharing across institutions, fostering collaboration and advancements. The project has several key highlights.

Firstly, it is a Gaia-X Lighthouse candidate in healthcare for Europe, setting the standard for secure and compliant health data exchange across the continent. A concept fully supporting the goals of the international precision health initiative Clinnova, coordinated by LIH. Secondly, the platform is a collaborative effort led by a consortium of domain and industry leaders and open to onboard additional members. Thirdly, it will be exploring and unlocking new medical treatments through data and AI. Lastly, the built ecosystem is use-case driven and has been validated through initial use cases in diabetes and oncology, paving the way for future applications in

other healthcare sectors. Dataspace4Health also pays attention to the legal foundation and uses European Regulation to address health data sharing in Luxembourg. This collaborative project is led by NTT DATA, Hôpitaux Robert Schuman (HRS), Luxembourg Institute of Health (LIH), the University of Luxembourg, Agence eSanté, Luxembourg National Data Service (LNDS) and is co-financed by the Ministry of Economy of Luxembourg as part of Luxembourg's national Gaia-X strategy. Olivier Posty, Managing Director at NTT Ltd Luxembourg, expresses the vision behind this initiative, "Dataspace4Health represents a significant stride in our mission towards digital transformation

in healthcare. Our aim is to build a healthcare ecosystem that is more connected, secure, and efficient. With this open platform, we're not only leveraging our global technological expertise but also integrating our deep understanding of local needs." Dr. Marc Berna, CEO of Hôpitaux Robert Schuman, emphasised the significance of the collaboration: "The Dataspace4Health project represents a pivotal moment for healthcare in Luxembourg. We see this initiative as a crucial step towards realising our vision of a digitally transformed healthcare system." —

# ADVIEW, un reporting digital complet en temps réel !



Regie.lu lance un nouvel outil de monitoring et de reporting pour vos campagnes digitales. Consultable en temps réel, Adview vous permet de consulter toutes vos performances formats par formats grâce aux indicateurs habituels et d'autres personnalisés.

Plus d'infos ? Contactez-nous [online@regie.lu](mailto:online@regie.lu)



# Cover Story

## Économie des loisirs



# Du temps libre aux temps de consommation ?

TEXTE Corinne Briault

À n'en pas douter, un des grands changements induits par les révolutions industrielles successives des dernières décennies est le temps que les sociétés consacrent désormais aux loisirs. Le temps libre, par rapport au temps consacré au travail, n'a cessé de croître depuis un siècle, au point que ce temps libéré interroge. En 1962 déjà, Joffre Dumazedier publiait *Vers une civilisation du loisir*, ouvrage questionnant sur l'importance des loisirs et le « glissement » de la « civilisation du travail » vers une civilisation où les loisirs occuperaient la scène principale. Plus de 60 ans après la parution de ce livre, la question reste d'actualité. Loin d'être anodine, elle amène aujourd'hui son lot d'autres interrogations : la société a-t-elle basculé vers le tout loisir ? Le temps libre est-il devenu une industrie ? Y a-t-il de multiples formes de loisirs ? Le temps libre est-il devenu un produit de consommation comme les autres ? Avec quel poids dans nos économies modernes ? Ce dossier tente d'apporter quelques éléments de réponse.

« Aujourd'hui, dans nos sociétés évoluées, le loisir est une réalité familière. (...) L'heure est venue de traiter sérieusement de cette futilité » explique Joffre Dumazedier dans son ouvrage *Vers une civilisation du loisir* ? Mais de quoi parle-t-on au juste ? Les loisirs, c'est quoi ? Le temps de loisir est intimement lié ... à l'Humanité. « Des penseurs grecs de l'Antiquité aux marxistes de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, le temps de loisir a été considéré comme le temps soustrait aux activités « biologiques » du travail et du repos. Ce faisant, il était le temps que l'homme pouvait consacrer au développement de ses aptitudes proprement humaines : la vie politique, la culture, l'art, le sport... » expliquait Thomas Schaubert dans un article du *Monde* datant de 2018. Évidemment, ces moments non dédiés au travail étaient le privilège des couches de la société les plus aisées, dont la richesse et la position sociale leur permettaient de jouir de temps consacrés aux jeux, à la chasse, à l'écriture... Peu à peu, certaines professions, au fil des siècles, ont eu la possibilité de s'octroyer des temps de repos. Le développement de l'industrie, l'automatisation des machines ont permis ensuite aux couches les plus laborieuses de

la société de se libérer du temps : en effet, en produisant plus vite, les travailleurs ont gagné du temps de loisir.

## Et arrivent les congés payés ...

Au XX<sup>e</sup> siècle, le privilège des jours de repos commence à s'étendre à certaines professions : en France, par exemple, les fonctionnaires de l'État bénéficient, dès 1853, par décret impérial de Napoléon III, de 15 jours de congés payés. Ce privilège s'étend ensuite aux professions libérales et à certaines autres professions et certaines entreprises sous l'impulsion de leurs patrons : les ouvrières couturières, par exemple, se voient accorder dès les années 1920, une à deux semaines de congé par an suivant leur ancienneté, et le célèbre horloger Fred Lip fera parler de lui en accordant dès 1934 des congés payés à tous ses salariés avant le Front Populaire de 1936 et ses deux semaines de congés payés pour tous les salariés (en sont exclus les artisans, chefs d'entreprise et travailleurs indépendants). Ces congés payés ont été instaurés en Allemagne dès 1905, en Autriche-Hongrie et dans les pays scandinaves dès 1910, en

Tchécoslovaquie, en Pologne et au Luxembourg, entre la fin des années 1920 et le début des années 1930.

## De l'oisiveté à la consommation

Qualifié dans un premier temps par les patrons d'« incitation à la paresse », ce temps consacré à autre chose qu'au travail a rapidement séduit de nombreux secteurs économiques qui y ont vu un intérêt non négligeable. Déplacer, héberger, nourrir, permettre de communiquer à ces millions de travailleurs qui profitaient de leur temps libre, tout cela a fait glisser au fur et à mesure des années le temps de loisir vers un marché. Les temps de loisir sont devenus des temps de consommation. S'interrogeant sur la culture et l'art dans *La crise de la Culture*, Hannah Arendt remarque que « l'industrie du loisir offre une nouvelle sorte d'objets culturels qui ne sont pas destinés à survivre au temps, ce ne sont plus des valeurs mais de simples produits destinés à la consommation. (...) La société de masse ne veut pas la culture, mais le divertissement (...) et les articles offerts par l'industrie des loisirs sont bel et bien consommés par la société comme tous les objets de consommation (...) ».

**« Il existe une multitude d'activités que l'on peut classer sous la bannière des loisirs. »**



## Dragon Ball et Six Flags le pharaonique... !

Après Astérix et Obélix, l'univers de Walt Disney et tant d'autres thèmes pour attirer les foules, c'est au tour de l'univers des mangas d'inspirer aussi les créateurs de parcs d'attractions... L'Arabie saoudite a annoncé la création d'un parc dédié à Dragon Ball, l'un des mangas les plus vendus au monde, qui comprendra des manèges et des attractions dans sept zones inspirées de la série, ainsi que des hôtels et des restaurants. Mais ce ne sera pas tout ! La société derrière l'idée travaille également sur le Six Flags Qiddiya, un gigantesque parc de plusieurs hectares. Le projet plus que pharaonique comprendra, quant à lui, plusieurs parcs à thèmes, des « attractions révolutionnaires » selon ses promoteurs dont le « roller coaster » (montagnes russes) le plus grand, le plus long et le plus rapide du monde (250 km/h), des spectacles interactifs, des hôtels, des restaurants, des boutiques...



## Des voyages de loisirs dans quels pays ?

Parmi les pays les plus visités par les résidents luxembourgeois figurent en priorité les pays frontaliers. La France est en tête avec 23 % des séjours, suivie de l'Allemagne avec 11 % des séjours, et la Belgique qui est la 3<sup>e</sup> destination préférée des résidents (8 %). L'Italie, l'Espagne et le Portugal (7 à 8 % chacun) sont aussi des destinations prisées des résidents du pays. En bas du classement, avec 2 et 3 % des séjours figurent l'Amérique, l'Asie et l'Afrique. En 2022, 93 % des séjours des résidents se situaient ainsi en Europe. Enfin, la moitié des séjours se situent en ville (50 % en 2022). La mer et la campagne complètent le haut du podium.



01

Mais le loisir, c'est quoi ? Car tout le monde ne fait pas la même chose ! Il existe une multitude d'activités que l'on peut classer sous la bannière des loisirs, qu'ils soient collectifs, individuels, éducatifs, sportifs, culturels, et ces activités ont également évolué au fil du temps. Dans son ouvrage (paru dans les années 1960, avec une version « revue et augmentée » en 1970) *Des loisirs pour quoi faire ?*, Jean Fourastié constate que les croissances les plus rapides viennent des équipements multimédias : télévision (les ménages s'équipent de plus en plus car la télévision n'est plus l'apanage des plus aisés), disques, matériel photo et cinéma, tout comme des articles touchant au sport. Dans le même temps, le camping, qui se généralise, devient aussi une vraie tendance, au point que les entreprises spécialisées dans ce secteur, inventeront des moyens de locomotion adaptés au camping comme les caravanes et les camping-cars. Lecture, jeux, jardinage et un fort développement des articles de plongée sous-marine et de sports nautiques venant ensuite dans la liste des loisirs. Enfin, l'auteur note que les résidences secondaires « prolifèrent » à cette époque. Les congés payés d'une part, mais également la généralisation du week-end, et surtout l'arrivée et le développement de l'automobile utilisée pour les déplacements de loisirs marquent encore une étape dans la conquête du temps que les populations consacrent à leurs loisirs.

Dans leur étude *Measuring Trends in Leisure. The Allocation of Time over five decades* datant de 2007, Mark Aguiar et Erik

**«Les loisirs couvrent le champ de tous les possibles.»**

Hurst évoquent parmi les catégories de loisirs étudiées, le jardinage, les divertissements, la lecture, les rencontres avec de nouvelles personnes, ou encore le sommeil et le temps pour prendre soin de soi... Ces catégories peuvent encore se sous-catégoriser en de multiples fragments : aller au cinéma, danser, suivre des cours de cuisine, passer du temps à collaborer à des activités de solidarité dans des associations, visiter des musées, voyager... Les loisirs couvrent le champ de tous les possibles.

### Quel loisir pour quelle population ?

Si tout le monde ne pratique pas les mêmes activités de loisir, leur accessibilité dépend également de nombreux facteurs. La possibilité d'exercer un loisir quel qu'il soit, suppose, entre autres, de pouvoir accéder à un lieu de pratique, à un équipement et de disposer des ressources économiques pour cela. De plus, les loisirs que l'on peut pratiquer au quotidien sont souvent contraints par le manque de temps libre et sont donc différents de ceux que l'on peut pratiquer en vacances. Les parents de jeunes enfants qui ont du mal à



02

concilier vie de famille et professionnelle ne pratiquent pas les mêmes loisirs que les personnes vivant seules. Les personnes vivant loin de leur lieu de travail, souvent coincées dans les embouteillages, ne pratiquent pas les mêmes activités que ceux qui vivent aux centres des villes, leur temps de loisir est plus morcelé et vécu en capsules de temps libre. Les théâtres, spectacles, et musées sont plus accessibles en ville qu'à la campagne où les loisirs sont alors plus tournés vers des activités de nature. Et puis, évidemment, les goûts des uns et des autres diffèrent : si d'aucuns aiment flâner dans les musées, d'autres pourront préférer s'adonner aux jeux de société, pratiqueront une activité physique, ou passeront leur temps libre à jardiner ou à décorer leur intérieur...

Puis, certaines études notent qu'il existe des contrastes pour les loisirs entre les niveaux de qualification, la durée de travail et les revenus. En effet, plus les rémunérations sont élevées,

**01. 02.** Le développement de l'industrie, l'automatisation des machines ont permis aux ouvriers de gagner du temps de loisir.

© 01 : Heintz van Landewyck



**Nadine Emmer**

Director Cruise Department  
Business development, Union  
Luxembourgeoise de Tourisme, ULT

**«Créer des expériences inoubliables.»**

**Pouvez-vous nous décrire les activités croisières ULT Cruises ?**

Les croisières d'ULT Cruises constituent une grande partie de l'offre d'ULT. Nous proposons une large gamme de croisières, en Europe et vers des destinations plus lointaines. En tant que plus grand fournisseur de croisières accompagnées en groupe sur le marché luxembourgeois, nous mettons un point d'honneur à créer des expériences inoubliables pour nos clients. En outre, les croisières individuelles sont en forte croissance. Qu'elle soit maritime ou fluviale, chaque catégorie offre ses propres destinations et attractions uniques. Nous travaillons en étroite collaboration avec un grand nombre de compagnies maritimes renommées afin de proposer à nos clients les meilleurs itinéraires et les meilleures offres.

**Avec quels objectifs avez-vous créé cette branche croisières ?**

Nous voulions offrir à nos clients un plus large éventail d'options de voyage en plus des voyages en autocar et en avion, en Europe ou à l'autre bout du monde. C'est pourquoi nous avons amélioré notre gamme de produits en y ajoutant des croisières maritimes et des croisières fluviales. Nous nous efforçons de donner à nos clients un service de qualité supérieure qui répond à leurs besoins tout au long du voyage. Grâce à notre longue expérience, nous disposons de connaissances approfondies dans le domaine des croisières, pour proposer des voyages sur mesure qui répondent aux préférences et aux exigences individuelles de nos clients. Nous souhaitons établir et maintenir des relations à long terme avec eux et en plaçant toujours leurs besoins et leurs souhaits au centre de nos préoccupations.

**Comment voyez-vous vos développements futurs ?**

Les voyageurs luxembourgeois montrent un intérêt croissant pour les croisières en tant que forme de vacances offrant à la fois le confort et la possibilité de découvrir différentes destinations. Elles permettent aux passagers de visiter différentes destinations en un seul voyage, c'est particulièrement attrayant pour les vacanciers qui souhaitent maximiser leur expérience. De plus, on observe une tendance pour des expériences de voyage plus personnalisées, qui correspondent à des exigences et des attentes bien précises ; on peut citer l'attrait grandissant pour les croisières dites «d'expédition», qu'elles vous conduisent proche des deux pôles, au cœur de l'Amazonie ou sur le Saint-Laurent pour partir à la rencontre des populations autochtones ! Parallèlement, on constate une prise de conscience croissante des questions liées à l'environnement, ce qui pousse les croisiéristes à miser davantage sur la durabilité et les mesures de protection de l'environnement. Dans l'ensemble, la tendance dans le secteur des croisières sur le marché luxembourgeois est positive et devrait continuer à être une composante importante du comportement de voyage des Luxembourgeois.



**Pierre Plumer**  
Directeur général,  
Domaine Thermal de Mondorf

### «Le Centre thermal a su s'adapter et se réinventer au cours de sa longue histoire.»

#### Le Domaine Thermal existe depuis plus d'un siècle. Comment expliquez-vous cette longévité ?

L'inauguration du premier établissement thermal a eu lieu le 20 juin 1847 et nous venons de fêter 177 ans de thermalisme. Malgré différentes crises qu'a connues le Centre thermal, dont notamment les guerres de 1870, 1914 et 1939, il a su s'adapter et se réinventer au cours de sa longue histoire. En 1886, l'État luxembourgeois se porte acquéreur de la source thermale et des installations afin de remettre en état et agrandir les installations. La loi de 1987 non seulement transforme le Centre thermal en établissement public géré selon le droit privé, mais lui attribue des missions de cure, rééducation, réadaptation, récréation et hébergement. Ainsi, nous gérons les départements – hors Santé – dans les formes et d'après les méthodes du droit privé, sans subsides communaux ou étatiques.

#### Vous avez entamé une grande phase de travaux. Quelles raisons ont guidé ce choix ?

La construction du nouveau Centre thermal date de 1981 et après plus de 40 années d'existence, des travaux de rénovation et de mise en conformité s'imposaient, que ce soit au niveau de la toiture, des façades, des piscines ainsi que de la ventilation, du chauffage, des canalisations, de l'électricité, etc. À cela s'ajoutent d'autres éléments qui ont été pris en compte pour le bien-être et la sécurité de nos clients et salariés, ayant trait à l'hygiène, au confort, à la fonctionnalité, à l'esthétique et aux économies de fonctionnement ainsi qu'une réorganisation pour des raisons d'efficacité, de rationalité et de flux de nos différents types de clients (patients, affaires, événementiels et loisirs).

#### Quelle est votre clientèle ? Comment vous adaptez-vous à ses besoins ?

Le type et la provenance de nos clients dépendent fortement de l'activité. Les activités Santé nécessitent une prise en charge et s'adressent aux assurés habitant au Luxembourg ou aux frontaliers. Ces activités sont régulièrement revues avec le corps médical, les assurances sociales et les ministères compétents.

L'hébergement concerne surtout une clientèle de loisirs (principalement belge et française), mais accueille également des curistes et des clients d'affaires. Raffinement, quiétude, qualité et confort sont nos mots d'ordre.

Les soins Spa sont synonymes de bien-être et de relaxation pour la clientèle hébergée et régionale. Le *Wellness & Fitness* propose des infrastructures et services impressionnants et sa zone de chalandise est d'environ 60 minutes de trajet.

La restauration accueille surtout une clientèle de la région avoisinante et sa philosophie se résume en quelques mots : fait maison, qualité, terroir, saison et bio.

Une veille permanente ainsi que des investissements et des formations réguliers assurent que tous nos services restent compétitifs et attractifs.



plus elles permettent d'accéder à des loisirs nouveaux et/ou coûteux. Alain Chenu et Nicolas Herpin dans *Une pause dans la marche vers la civilisation des loisirs* ? notent que les spectacles et autres sorties se font en fonction du diplôme : plus ils sont onéreux, plus ils sont pratiqués par des groupes socio-démographiques diplômés. De plus, les loisirs des femmes sont aussi à prendre en compte, car ils ont profité au fil des années de l'augmentation de leur place sur le marché de l'emploi et du recul des tâches domestiques.

Enfin, après une mise sous cloche des activités de loisir durement touchées par la pandémie de Covid et ses restrictions, et aujourd'hui par l'inflation qui touche tous les secteurs de l'économie, les dépenses de loisir ont eu une légère tendance à être grignotées. Dans son Infographie 11/2023, *Les principales tendances de consommation depuis la crise sanitaire au Luxembourg*, le Statec remarque que les habitudes de consommation des ménages ont changé, même si avec la levée des restrictions sanitaires, l'année 2022 marque un « retour à la normale pour les ménages. La période Covid-19 semble néanmoins avoir laissé des traces durables et les ménages n'ont pas repris complètement les habitudes de consommation qui prévalaient avant le début de la crise sanitaire. L'emballement récent des prix énergétiques et la flambée des prix de l'alimentation ont obligé

**03.** À la campagne, les loisirs sont plus tournés vers des activités « nature ».

**04. 06.** Les loisirs se diversifient au fil des années. Le camping, qui se généralise, devient une vraie tendance dans les années 1950-1960, tout comme la plongée sous-marine.

**05. 07.** Si le champ des loisirs est vaste, une grande place y est occupée par le tourisme, les voyages, subdivisés en repos ou visites à la famille.





04



05



03

06



07

les ménages à faire des arbitrages au niveau de leur consommation. Par conséquent, certaines dépenses restent encore aujourd'hui à un niveau supérieur à celui de 2019, alors que d'autres n'ont pas renoué avec leur valeur d'avant-crise». Au niveau des loisirs, certaines habitudes ont perduré tandis que d'autres se sont essouffées et sont même en légère baisse. Ainsi, l'infographie souligne par exemple que «les dépenses en services culturels et sportifs augmentent de nouveau mais restent très en deçà de leur tendance d'avant-crise. (...) La demande en camping-cars a explosé en 2021 mais fut aussi temporaire (...) et des données préliminaires obtenues pour 2023 suggèrent une stagnation, voire un léger recul des dépenses d'alimentation et de restauration par rapport à 2022. Cela pourrait résulter d'arbitrages faits par les ménages en raison de la hausse des prix».

Martine Emmer, Director Cruise Department Business Development, à l'ULT (voir *Side Interview*) note également que depuis «la

pandémie de Covid-19, nous avons constaté quelques changements notables. D'une part, le comportement des clients en matière de réservation a changé, de nombreux voyageurs recherchant désormais davantage de flexibilité et de sécurité. On peut constater quelques changements de comportement chez les croisiéristes. On observe avant tout une sensibilité accrue aux mesures de santé et de sécurité. Les passagers sont souvent plus conscients des mesures d'hygiène et suivent plus strictement les instructions des équipages. La demande de conditions de réservation et d'assurances flexibles a également augmenté. En outre, on constate que la demande augmente pour des navires plus petits, des itinéraires avec des lieux moins fréquentés, et des activités de plein air.»

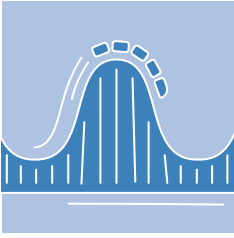
#### Du tourisme...

Si le champ du loisir est vaste, une grande place y est occupée par le tourisme, les voyages, qui se subdivisent également en

**«Se reposer est l'activité préférée des résidents en séjour de loisirs.»**

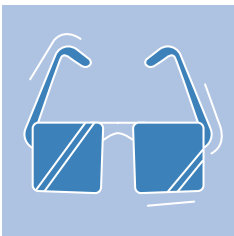
vacances «repos», visites dans les familles, pratiques sportives, séjours culturels ou de bien-être ... Les aspects humains et sociaux ne sont pas à négliger car, comme à ses origines, le tourisme est un moyen pour une grande partie des voyageurs de s'occuper de leur santé et de leur bien-être (repos, cure, thalasso, etc.) et cet élément du loisir est l'occasion de pratiquer de nombreux sports ou divertissements.

Au Luxembourg, les premières données collectées le furent en 1986, lorsqu'une première enquête Eurobaromètre d'une vingtaine de questions a été envoyée à un échantillon de



## Des parcs de loisirs depuis très longtemps

Les origines de ces parcs remonteraient à l'Antiquité où il fallait déjà distraire les foules. Au fil des siècles, les attractions pour divertir se sont fait une place dans les foires commerciales, puis dans les jardins des domaines royaux afin de distraire la cour. La sédentarisation des parcs d'attractions apparaît en Angleterre et au Danemark : le Dyrehavsbakken au Danemark, créé en 1583, serait le plus ancien parc d'attractions au monde encore en activité. Les cirques, surtout les cirques russes et leurs ménageries et les cirques américains sous forme de chapiteaux nomades, vont ensuite inspirer les parcs de loisirs parcs de loisirs. Regroupant d'abord des forains, ils vont s'installer aux périphéries des villes, d'où parfois leur nom, les « tramway parcs », aménagés en bout des lignes urbaines de transports collectifs, ils permettaient de rentabiliser les terrains et les lignes en dehors des heures de pointe. C'est résolument Walt Disney qui entérine le concept de parc à thème sédentaire, avec le Disneyland d'Anaheim (Californie) au début des années 1950.



## Supermiro les bons tuyaux !

Incontournable au Luxembourg, Supermiro a été créé en 2015, pour « réinventer la sortie et s'occuper du temps libre des gens ». Avec désormais une appli, Supermiro partage les bons plans, et permet à ses utilisateurs de découvrir divers événements, de dénicher des bonnes adresses... Bref, toutes les choses à faire entre amis, en famille ou ... entre collègues, notamment avec Supermiro Le Club (destiné plus particulièrement à l'univers professionnel pour proposer des moments entre collègues ou équipes). Depuis sa création, Supermiro a connu un beau succès, s'est enrichi, dépasse désormais les frontières luxembourgeoises et a été récompensé de plusieurs prix.

**«La pratique des loisirs dépend fortement de leur accessibilité et de l'offre dont dispose un territoire.»**



08



09

300 résidents. On y apprend alors que 58% des résidents effectuent au moins un voyage de loisirs dans l'année. Depuis 1997, le Statec effectue régulièrement des enquêtes dédiées au tourisme. On constate alors qu'en 1998, ce sont 66% des résidents qui effectuent au moins un voyage dans l'année, plus d'employés que d'ouvriers, et plus les jeunes que les personnes au-delà de 65 ans. La voiture et l'hôtel étaient les modes de transport et d'hébergement qui primaient. Puis, le pourcentage de résidents partant en voyage augmente régulièrement pour atteindre 84% en 2009. Ce niveau est resté stable depuis et tourne autour des 80%, avec évidemment une chute en 2020 due à la crise Covid. Dans son édition 2023 du *Tourisme en chiffres*, le Statec souligne que « bien que 2022 soit une année marquée par l'inflation, on observe une augmentation assez importante des pratiques touristiques par rapport à l'année 2019. Les chiffres sont passés de 4 à 5 séjours et de 26 à 36 nuitées par résident et par an. Il y a plusieurs explications à cela.

*Les années 2020 et 2021, perturbées par les restrictions dues à la crise sanitaire, ont permis aux résidents d'accumuler de l'épargne. En 2022, l'ensemble des restrictions liées à la crise sanitaire étant levé, les résidents ont pu à nouveau profiter de l'offre touristique dans son ensemble et opérer un rattrapage quant à des séjours n'ayant pu avoir lieu en 2020 et 2021. De plus, l'installation du télétravail dans le quotidien de nombreux résidents a laissé plus de flexibilité dans les déplacements, d'anticipation dans les départs ou la possibilité de prolonger les séjours en y incluant des journées de télétravail». De plus, au cours de ces séjours, la publication note que « se reposer est l'activité préférée des résidents en séjour de loisirs : 68% des résidents profitent de leurs vacances ou de leurs visites familiales ou amicales pour se reposer. Les séjours de loisirs sont également l'occasion de créer du lien : 45% des résidents déclarent profiter de leurs vacances pour passer du temps avec leurs proches qui voyagent avec eux (45%), ou bien ils*



**08. 09. 10.** Les loisirs couvrent une multitude d'activités allant de la danse, aux voyages. Ils ont un impact sur les territoires et façonnent les régions et leurs infrastructures : on le constate avec les stations de ski et balnéaires.

en profitent pour rendre visite à des proches (41 %). Par rapport à l'année 2019, 2022 voit la part d'activités de loisirs augmenter : faire du sport (+10 points de pourcentage), aller dans un parc d'attractions (+7 points), faire du shopping (+4 points), aller à un spectacle (+2 points). Les visites culturelles sont restées stables (31 %). La pratique sportive avait augmenté pendant la période Covid, une pratique sportive qui consistait alors principalement en des activités d'extérieur avec un minimum de contacts : marche, randonnée, vélo, sport de plage... Ces nouvelles habitudes semblent s'être maintenues puisque le sport a été une activité réalisée dans 30% des séjours en 2022».

En termes de budget, une étude du Statec parue en 2012 sur le Comportement touristique depuis le milieu des années 80, notait que les dépenses pour les voyages de loisirs étaient de 611 euros en moyenne par voyage et par personne en 2002, de 661 euros en 2011 et de 1.253 euros en 2022. Cette forte augmentation pouvant aussi s'expliquer par l'inflation. Et la publication de souligner que ces dépenses sont bien évidemment liées aux revenus des ménages. «La dépense

moyenne par séjour et par individu s'élève à 990 euros dans un ménage appartenant au premier quartile des revenus (en 2022, dans l'enquête, le 1<sup>er</sup> quartile est de moins de 2.150 euros, ndlr) contre 1.480 euros pour un individu vivant dans un ménage appartenant au 4<sup>e</sup> quartile des revenus (le quartile 4 est de plus de 4.500 euros). Les écarts s'accroissent lorsqu'il s'agit de la dépense par nuitée puisque les séjours réalisés par les résidents du premier quartile des revenus sont 2 nuitées plus longs que dans le 4<sup>e</sup> quartile. Ainsi, les dépenses par nuitées passent de 113 euros à 206 euros selon les revenus. Multipliée par le nombre moyen de nuitées de loisirs effectuées dans l'année, la dépense totale par résident et par an se situe autour de 3.600 euros pour un résident du 1<sup>er</sup> quartile et de 10.000 euros pour un résident du dernier quartile (4<sup>e</sup>) ».

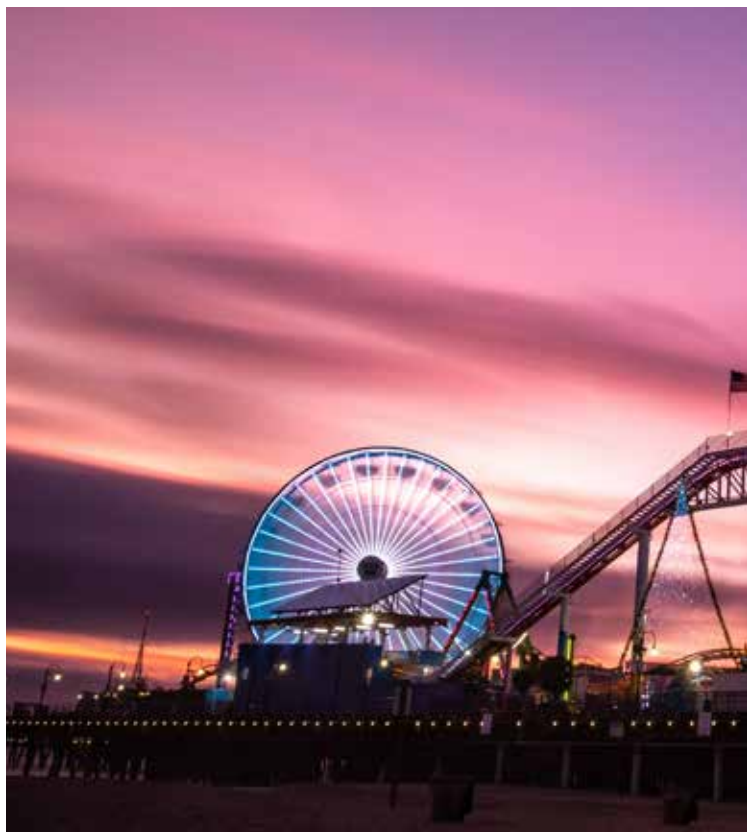
### **Le Luxembourg, terre de loisirs et de tourisme ?**

Comme évoqué précédemment, la pratique des loisirs dépend fortement de leur accessibilité et de l'offre dont dispose un territoire. En ce début d'année 2024, le Panorama du

secteur culturel au Luxembourg du Statec établissait que le pays compte 53 musées et châteaux. Le Luxembourg compte également 5 sites ou lieux de patrimoine classés et reconnus par l'UNESCO. La plupart de ces musées et châteaux se trouvent au nord du pays. En revanche, les scènes de spectacles sont concentrées au centre qui en compte 13. Les cinémas sont plutôt bien répartis sur le territoire : 3 au nord, 3 à l'est, 3 au centre et 6 dans le sud. Si les dépenses en services culturels et sportifs ont augmenté après la période Covid, elles restent encore en dessous de leur tendance d'avant crise : au total, les fréquentations des institutions culturelles « ont baissé de 67% entre 2019 et 2020. Les scènes de spectacle ont été les plus touchées avec une baisse spectaculaire de 74%, suivies par les cinémas qui ont baissé de 69%. Les musées et châteaux ont baissé de 58%. (...) Pour l'année 2022, les entrées pour les scènes de spectacle sont à 94% de leur niveau de 2019, celles des musées et châteaux à 91% et celles des cinémas à 67% ». À noter que le secteur (châteaux et musées, scènes de spectacles et cinémas) employait 1.278 personnes en 2022.



11



**«Les parcs de loisirs ressemblent de plus en plus à des temples de la consommation.»**

Que ce soit pour accueillir les résidents lors de leur temps libre ou les visiteurs d'autres pays, le tourisme et les loisirs pèsent pour une part non négligeable du secteur. Dans l'édition 2023 du *Tourisme en chiffres*, il est à remarquer que la part des dépenses pour les services culturels, sportifs et de loisir des visiteurs résidents est presque égale à celle des visiteurs non-résidents avec respectivement 13% et 12%. Ainsi, «l'emploi dans le secteur du tourisme a légèrement baissé de 193 personnes entre 2020 et 2021, ce qui est équivalent à une baisse de moins de 1%. (...). Cependant, de très légers changements dans la répartition des emplois ont été observés entre 2019 et 2021. En 2021, le secteur de la restauration employait près de la moitié des personnes actives dans le

*tourisme (46%). Les services de transport par route passent en deuxième place (12%), ex aequo avec les services culturels, sportifs et de loisir. Ensuite viennent les services d'hébergement (9%) et les services de transports aériens (8%). Parmi les autres emplois, on trouve : les agences de voyages et les services de location de matériel de transport qui chacun en 2021 emploient 1% du total du secteur tourisme et les services de transport par bateaux qui emploient moins d'1% des personnes actives dans le tourisme».*

Si le temps de loisirs a un impact sur les activités et les emplois d'un territoire, il en a également sur certaines régions : on peut le constater dans les régions proches des stations de ski ou les stations balnéaires. L'implantation

des infrastructures suit le développement des régions. Au Grand-Duché, en 2022, certaines régions sont en léger recul tandis que d'autres au contraire se dynamisent dans l'accueil des touristes (*Tourisme en chiffres, 2023, Statec*). Le Centre, les Ardennes et la Moselle sont en léger repli tandis que le Mullerthal et le Sud ont dépassé les niveaux de 2019.

Par ailleurs, la société du temps libre modifie la donne sur le marché du travail : les voyages, la culture, la pratique des sports stimulent des pans entiers de l'économie et peuvent créer des emplois et les questions qu'elles induisent depuis quelques années sur l'écologie (voiries, traitements des déchets...) sont également créatrices d'activités et d'emplois. La transition vers le digital



12

a aussi un impact sur certains emplois, au travers par exemple, de la possibilité de réserver des activités ou des voyages en ligne.

### Le temps des parcs de loisirs

L'ère des loisirs a vu se développer à une vitesse impressionnante les parcs en tout genre : à thèmes, aquatiques, zoologiques, éducatifs, culturels, historiques... Il en existe de toutes les tailles et pour tous les publics partout dans le monde, certains combinant les attractions afin d'offrir un plus large panel de divertissements et accueillir plus de visiteurs. Devant se renouveler sans cesse pour attirer ceux-ci, le secteur investit continuellement pour innover. Participant aussi aux développements des territoires et des régions, les parcs se transforment également de plus en plus pour devenir des destinations touristiques. Nombre d'entre eux proposent désormais des hébergements. Guidés par la rentabilité, la question se pose alors : n'a-t-on pas muté vers une société du loisir industriel où l'on ne fait que consommer à nouveau? Véronique Chesneau a étudié la question dans la parution *Les supermarchés du loisir* au travers notamment de l'étude de

**11. 12.** Le temps de loisirs a vu se développer les parcs d'attractions en tout genre. Walt Disney est le premier à entériner le concept de parc à thème sédentaire.

© 11 : Clara Breme (Disneyland)



**Charles Hary**  
Président de la Fédération Nationale des Commerçants Forains (FNCF)

### «Faire vivre tous les événements festifs qui existent sur le territoire luxembourgeois.»

#### Pourquoi avoir créé la Fédération Nationale des Commerçants Forains ?

La création de la FNCF, Fédération Nationale des Commerçants Forains, telle qu'elle existe aujourd'hui est assez récente, puisqu'elle date de 2017. Avant sa création, il existait un groupement sous une autre forme. La mission principale de la FNCF est de faire la promotion des activités des commerçants forains, telles que les kermesses et les fêtes foraines, et de défendre, encourager et maintenir les intérêts de la profession des forains au Grand-Duché de Luxembourg. C'est aussi au travers de la fédération que les commerçants forains peuvent entamer les discussions avec les communes pour l'organisation des foires et des différentes kermesses. Grâce à notre organisation, nous pouvons avoir des relations sereines et professionnelles avec les communes, développer nos activités et continuer à faire vivre tous les événements festifs qui existent sur le territoire luxembourgeois toute l'année.

#### Les forains ne sont pas actifs que pendant la Schueberfouer. Quelles sont vos autres activités le reste de l'année ?

La saison pour les commerçants forains débute avec les festivités de Pâques, notamment l'Eimaischen, puis elle s'étale toute l'année avec toutes les petites foires et les marchés folkloriques et traditionnels qui existent au Luxembourg. Évidemment, la Schueberfouer, étant la plus grande fête foraine du Luxembourg et de la Grande-Région, elle reste le point fort de la fin de l'été et de la saison. Ensuite, il y a encore les marchés de Noël. Nous sommes donc occupés toute l'année!

#### Les foires et autres manifestations traditionnelles devraient être classées au patrimoine immatériel de l'Unesco. Quels avantages y voyez-vous ?

Le Luxembourg a déjà des événements qui sont classés à l'Unesco. La procession dansante d'Echternach figure sur la liste représentative du patrimoine vivant de l'Unesco. Mais les pays ont la possibilité d'ajouter d'autres événements et foires à son inventaire. Nous avons donc entamé des discussions avec Patrick Dondelinger, le responsable de l'inventaire pour y faire figurer entre autres, la Schueberfouer qui a une longue histoire. Nous avons collaboré à l'élaboration du dossier pour la demande, mais il y a encore bon nombre de démarches à effectuer. L'intérêt pour les forains ne serait pas tant financier, ce serait surtout une énorme fierté de nous dire que chaque année, nous participerions à un événement classé au patrimoine immatériel de l'Unesco et que nous continuerions à faire vivre les traditions populaires!

**Marc Neu**Chargé de direction,  
Parc Merveilleux

**«Le Parc Merveilleux a été créé pour être familial (...) Nous souhaitons garder cette authenticité!»**

### Le Parc Merveilleux existe depuis 1956.

#### Les clés du succès ?

En effet, le parc existe depuis près de 70 ans. C'est le plus ancien et le seul zoo reconnu comme tel du Luxembourg. Nous - la Fondation APEMH, association de parents d'enfants mentalement handicapés - le gérons depuis 1997. À l'époque, nous cherchions un lieu pour accueillir un nouvel atelier d'inclusion professionnelle - à l'époque nommé atelier protégé - et tombant par hasard sur l'annonce de la faillite du restaurant, nous avons repris les parts dans le Parc Merveilleux pour en devenir ensuite l'actionnaire principal. Les clés du succès reposent sans doute sur le fait que nous avons su conserver l'idée originelle : le Parc Merveilleux a été créé pour être familial, il propose des attractions et des jeux autour des contes de fées les plus populaires, dans un cadre boisé, avec des animaux domestiques et exotiques. Enfants, parents et grands-parents peuvent y trouver leur compte. Nous souhaitons garder cette authenticité !

#### Avez-vous vu les habitudes des visiteurs changer ? Comment vous adaptez-vous ?

Depuis la pandémie de Covid et maintenant avec l'inflation, nous avons remarqué que nous accueillons plus de résidents, et que tout le monde fait attention à son porte-monnaie ! Pour cette raison, nos tarifs sont restés raisonnables, nous y sommes attentifs pour que les familles avec 2 ou 3 enfants puissent continuer à profiter du parc. Puis, nous sommes aussi sensibles au changement climatique. Nous nous sommes adaptés en créant des aires de jeux protégées par l'ombre des arbres et nous avons créé des aires avec des jeux aquatiques. Cela nous permet de ne plus être désertés par les familles en cas de fortes chaleurs. Nous sommes toujours à l'écoute de nos visiteurs, ce sont aussi eux qui guident nos choix.

#### Des projets à venir ?

Chaque année, nous essayons de proposer une nouveauté. Cette saison, nous allons créer un espace avec un nouveau conte de fées, des aires de jeux inédites et nous finaliserons des enclos pour animaux et la volière africaine. Puis, nous travaillons avec l'atelier inclusion sur un espace où seront repropoés des jeux plus anciens, remontant pour certains à l'époque de l'ouverture du parc. Ce que les visiteurs ne voient pas, mais qui touche à leur confort, sera une grande phase de travaux sur nos réseaux souterrains, électrique et chauffage. Ce sont des investissements très coûteux et il faut que nous trouvions un juste équilibre financier car nous ne sommes ouverts que six mois sur l'année alors que nos frais d'entretien et pour les animaux et le personnel courent sur 12 mois. Nous ne nous arrêtons jamais, il y a toujours un projet en cours !



13



14

l'un des parcs les plus anciens et les plus connus au monde : celui de Disneyland. Elle constate que : *«les parcs de loisirs apparaissent ainsi comme le résultat d'une offre d'un bien de consommation adapté aux caractéristiques de la vie moderne. Ce produit de grande consommation s'appuie sur un habile mélange entre l'implacable aseptisation du loisir offert et la référence constante au monde du rêve»* (...). Elle y fait également la comparaison entre parcs de loisirs et supermarchés qui ont des similitudes puisque ces parcs sont «organisés» pour la consommation : *«on peut s'y divertir, s'y restaurer, y faire du lèche-vitrines, jouer... Comme les rayonnages d'un supermarché organisés avec logique et selon des techniques marketing éprouvées, les occasions de céder à la tentation de l'achat sont rationnellement organisées.»*

#### Centres commerciaux... de loisirs !

Des parcs de loisirs qui ressemblent à des supermarchés, temples de la consommation et des centres commerciaux qui tendent de plus en plus à accueillir des aires de loisirs pour

**13. 14. 15.** Le Luxembourg compte sur son territoire tout un panel d'activités de loisirs : des châteaux à visiter, en passant par les sites historiques, comme les Casemates, jusqu'aux parcs d'attractions, comme le Parc Merveilleux.

© 13 : LCTO

**16.** Aujourd'hui, on assiste à un mélange des genres, avec des centres commerciaux qui accueillent des aires de jeux et de restauration et des parcs d'attractions qui sont de véritables temples de la consommation.



« Devant se renouveler sans cesse pour attirer les visiteurs, les parcs de loisirs investissent continuellement pour innover. »

retenir les clients... c'est la dernière tendance. Un article du magazine *Le Point* de 2018 note que « les loisirs deviennent l'élément indispensable à la recette d'un projet commercial réussi (...) Par ce biais, le centre commercial redevient centre de vie et assure son attractivité auprès de clients toujours plus exigeants », c'est ce qu'y assurait Christian Dubois, directeur de la branche distribution et services du cabinet de conseil en immobilier d'entreprise Cushman & Wakefield. Dans ce même article, on peut lire l'analyse de Thierry Behiels, directeur de la foncière belge Codic, instigateur de Royal Hamilius au centre-ville de Luxembourg, parlant du projet de centre commercial B'Est à Farébersviller (en Moselle française). Ce centre « comporte ainsi une offre de loisirs en intérieur et extérieur très variée, mur d'escalade, laser game, trampoline park, minigolf, Accrobranche, comptant pour 30% des enseignes présentes sur le site... Les animations destinées à rendre attractif un centre commercial délaissé par ses visiteurs, qu'internet a rendus avides de nouveautés, sont infinies et désormais nécessaires ».

**Au bonheur des enfants**

Ainsi plébiscités ces dernières années, les centres commerciaux avec des offres de jeux, des restaurants, cafés, bars et lieux de détente permettent à toute la famille d'y trouver son compte. Les parents libérés des enfants peuvent faire leurs achats, et les plus jeunes peuvent se distraire dans des espaces ludiques. Evidemment, le but est

que les consommateurs restent le plus longtemps possible dans l'espace shopping. Se rendre dans un centre commercial permet à la famille de remplir ses obligations familiales, en se divertissant et en consommant dans les boutiques, le tout devenant une « expérience »... Luxembourg n'est pas en reste puisque depuis quelques années, les centres commerciaux qui ont récemment vu le jour misent sur ce concept qui est devenu une plus-value: Belval Plaza, par exemple, propose un espace de jeux et autres activités qui permettent aux parents de faire les boutiques pendant que les enfants s'amuse!

Puis, le pays dispose d'une offre impressionnante de loisirs pour les enfants: du Parc Merveilleux de Bettembourg (un des pionniers, voir interview), aux nombreux jardins et parcs dans les communes du pays, des parcs aventures à thèmes, accro-parcs, en passant par la Schueberfouer, le parc Yoyo ou Zig Zag, ...

Les parents peuvent eux se tourner vers les nombreux escape games qui existent sur le territoire, aux thématiques variées (voir interview dans la rubrique *Success Story*). Le marché en pleine explosion ne touche plus seulement au temps libre mais il a investi la sphère de l'entreprise, puisque ces espaces proposent maintenant l'organisation de team buildings!

**Sous quel angle ?**

Considéré comme un moment en dehors de

la course après le temps, du quotidien et de ses contraintes, qui offre détente et divertissement pour se « vider la tête » et améliorer sa qualité de vie, le temps de loisir pose également de nombreuses autres nouvelles questions: quel équilibre entre vie professionnelle et loisir? La question est souvent posée par les plus jeunes générations. Quelles incidences sur la durée du temps de travail? Le débat sur la semaine de quatre jours est également mis sur la table régulièrement et il est déjà expérimenté dans certains pays. Puis, plus idéologiquement: comment les individus se construisent suivant les loisirs qu'ils pratiquent? Jean Fourastié, économiste français, se posait déjà la question. En effet, nous ne sommes pas les mêmes suivant que nous passons nos loisirs devant les réseaux sociaux ou la télévision que si nous utilisons notre temps libre pour participer à des cercles d'études ou à jouer aux échecs... —



■ Plus d'informations :

www.cc.lu/merkur

Retrouvez la version en anglais du Dossier, en scannant le QR Code.

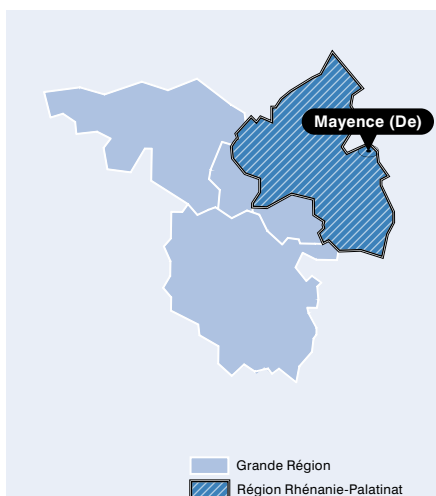
— COMMENT VONT NOS VOISINS ? (4/4) —

# Frappée par la crise énergétique, la Rhénanie-Palatinat explore de nouvelles spécialisations

TEXTE Anthony Villeneuve, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTO BASF - The Chemical Company

«L'industrie de Rhénanie-Palatinat est très spécialisée, notamment dans le domaine de la chimie.»



■ Grande Région  
■ Région Rhénanie-Palatinat

## Land de Rhénanie-Palatinat

### Fiche d'identité

Ministre-Président: Malu Dreyer (SPD)

Capitale: Mayence

Superficie: 19.854 km<sup>2</sup>

Population: 4,1 millions d'habitants

PIB: 171,7 milliards d'euros (2022)

Situé au cœur de la Grande Région, le Grand-Duché entretient d'étroites relations économiques avec les territoires voisins que sont le Grand Est, la Wallonie, la Rhénanie-Palatinat et la Sarre. Mais au fait, comment vont ces régions? Quels sont leurs résultats économiques? Quels secteurs portent leur croissance? Quelles sont leurs perspectives? C'est l'objet d'une série d'articles en quatre volets. Pour ce numéro, nous nous intéressons au Land de Rhénanie-Palatinat, en Allemagne.

Vue du Luxembourg, la Rhénanie-Palatinat est plutôt associée à ses magnifiques paysages viticoles, le long de la vallée de la Moselle. Ce n'est d'ailleurs pas un simple cliché : le Land est le premier territoire viticole d'Allemagne, avec deux tiers de la production nationale que l'on doit à 10.000 entreprises. Le paysage rhénan-palatin est aussi composé de forêts, puisqu'il s'agit de la région la plus boisée du pays. Outre l'atout économique que cela représente, ces grands espaces forestiers sont aussi très prisés des touristes. Avec une capacité d'accueil de 147.843 lits (2019), la Rhénanie-Palatinat est d'ailleurs, de très loin, le territoire le plus orienté vers le tourisme de toute la Grande Région. En 2019, avant la crise sanitaire, ce sont plus de 20,1 millions de nuitées qui ont été comptabilisées en Rhénanie-Palatinat. C'est plus que le total des nuitées enregistrées pour le Luxembourg, la Lorraine, la Sarre et la Wallonie réunis. C'est dire combien la mise à l'arrêt de l'activité touristique avec le Covid (-36,7% en 2020) a été douloureuse pour la région. Fort heureusement, la fréquentation touristique a repris de la vigueur depuis, aussi bien dans sa dimension «loisirs» que pour le tourisme d'affaires. Voilà pour la carte postale. Mais l'économie de Rhénanie-Palatinat ne se résume pas au

tourisme, loin de là. Avec un PIB de 171,7 milliards d'euros et un taux d'exportations de 52%, la Rhénanie-Palatinat est avant tout une région industrielle. L'industrie représente aujourd'hui 26,5% de la valeur ajoutée créée dans le Land, soit plus qu'en Sarre (25,2%), qu'en Wallonie (17,9%), qu'en Lorraine (17,8%) et bien plus qu'au Luxembourg (5,4%). L'industrie de Rhénanie-Palatinat est très spécialisée, notamment dans le domaine de la chimie. Sur son site historique de Ludwigshafen, le géant mondial de la chimie BASF emploie plus de 40.000 salariés. En tout, ce sont plus de 47.000 employés qui travaillent pour ce secteur en Rhénanie-Palatinat. La puissance industrielle du Land couvre aussi d'autres segments, comme la construction de machines (KSB), l'automobile (Mercedes-Benz Group), la verrerie (Schott) ou la pharmacie, avec le géant Boehringer, dont le siège est situé à Ingelheim-Am-Rhein.

«Année après année, les services occupent une place de plus en plus importante dans l'économie du Land.»



«La région explore d'autres pistes de spécialisation prometteuses, comme l'extraction du lithium dans la vallée du Rhin.»

### Le transport fluvial, un véritable atout

Pour l'export, les industriels peuvent compter sur les infrastructures logistiques et les voies de communication qui irriguent la région, avec notamment deux artères fluviales majeures connectées aux grands ports de la mer du Nord : la Moselle et le Rhin. Une douzaine de ports fluviaux sont opérationnels et font de la région l'un des territoires européens les mieux desservis en matière de transport fluvial. Une vraie force à l'heure où les entreprises cherchent à décarboner leurs chaînes logistiques.

Comme toutes les régions industrielles allemandes, la Rhénanie-Palatinat a été durement frappée par la crise énergétique, qui a sérieusement détérioré la compétitivité de l'industrie allemande. En un an, entre le troisième trimestre 2022 et le troisième trimestre 2023, le chiffre d'affaires de l'industrie manufacturière du Land a reculé de 12,1% et les exportations ont chuté de 7,6%. Avec une perte de chiffre d'affaires de 31%, la chimie a été particulièrement touchée. BASF, le plus gros consommateur de gaz d'Allemagne, a vu son titre perdre 30% de sa valeur depuis le déclenchement de la guerre en Ukraine. Dans le Land, les conséquences sur l'emploi sont déjà perceptibles : sur un an, le nombre de demandeurs d'emploi a bondi de 5%. Le recours à l'emploi intérimaire a diminué de 9,9% et le nombre d'offres d'emploi enregistrées a chuté de 15,3%.

### Un temps d'avance sur l'IA

Pour traverser cette crise industrielle, la Rhénanie-Palatinat peut compter sur son

Le siège du groupe BASF se trouve à Ludwigshafen. Avec plus de 160 usines de production chimique, plusieurs centaines de laboratoires, de centres techniques, d'ateliers et de bureaux, il s'agit du plus grand complexe industriel intégré d'Europe.



secteur tertiaire, qui joue un véritable rôle d'amortisseur. Année après année, les services occupent une place de plus en plus importante dans l'économie du Land. Entre 2012 et 2022, la part du tertiaire dans la valeur ajoutée brute y a progressé de 2,1 points (dans le même temps, au Luxembourg, elle n'a progressé que de 0,8 point). Aujourd'hui, le tertiaire représente 65,2% de la valeur ajoutée créée et 73% de l'emploi total. Plusieurs grandes entreprises sont présentes dans le Land, comme le groupe de médias ZDF qui a établi son siège à Mayence, ou l'assureur Debeka, installé à Coblenze. Cependant, alors que la substance industrielle est concentrée dans quelques grands groupes, le secteur tertiaire est majoritairement constitué de petites et moyennes entreprises, qui misent beaucoup sur l'innovation, notamment dans les nouvelles technologies, à travers des partenariats performants avec des centres de recherche. Ces transferts de technologie ont démontré leur efficacité dans des domaines aussi variés que les nanotechnologies, les biotechnologies ou l'intelligence artificielle. Le Land a misé très tôt sur cette dernière technologie puisque le centre de recherche allemand pour l'intelligence artificielle (DFKI) a été fondé à Kaiserslautern en 1988. C'est aujourd'hui l'un des principaux instituts de recherche du monde dans ce domaine et il permet à la Rhénanie-Palatinat de conserver un temps d'avance sur les territoires concurrents dans le domaine de l'IA. C'est l'un des 30 instituts de recherche que compte le Land, dans lequel on dénombre 120.000 étudiants et chercheurs.

Si l'intelligence artificielle est un relais de croissance important pour la Rhénanie-Palatinat, ce n'est pas le seul. La région explore également d'autres pistes de spécialisation

prometteuses, comme l'extraction du lithium dans la vallée du Rhin. La société australienne Vulcan Energy a construit une usine pilote à Insheim, pour extraire des saumures géothermales le lithium indispensable à la fabrication des batteries électriques, selon un procédé n'émettant quasiment pas de CO<sub>2</sub>. Elle envisage d'extraire 24.000 tonnes de lithium par an dès 2027.

Ce lithium servira peut-être un jour à alimenter la future *gigafactory* de fabrication de batteries construite par le consortium européen ACC (TotalEnergies, Stellantis et Mercedes) à Kaiserslautern. Elle entrera en service en 2025 et sera dimensionnée, à terme, pour équiper 600.000 véhicules par an. Un investissement supérieur à 1,5 milliard d'euros pour 2.000 créations d'emplois attendues. Une excellente nouvelle pour le Land, pour l'Allemagne, mais aussi pour l'Europe, qui retrouve une forme de souveraineté industrielle à travers des projets de cette envergure.

Avec son savoir-faire industriel, son positionnement géographique stratégique et sa capacité à faire dialoguer le monde de la recherche avec l'économie réelle, la Rhénanie-Palatinat a des atouts pour être un territoire d'accueil de l'industrie 4.0. À condition toutefois de relever le défi démographique. Car comme partout en Allemagne, la population du Land, et particulièrement la population en âge de travailler, vieillit très rapidement. Les 15-64 ans ne représentent plus que 63,7% de la population du Land (contre 69,3% au Luxembourg). Un taux qui a reculé de 2,6 points en 10 ans, entre 2012 et 2022. Après la crise énergétique, c'est le prochain grand challenge qui attend l'économie de Rhénanie-Palatinat. —

— BUDGET DE L'ÉTAT 2024 —

# Propositions clés pour la relance économique du Luxembourg

**TEXTE** Romane Ehrhardt, Affaires économiques, Chambre de Commerce**PHOTO** Illustration générée par une intelligence artificielle (DALL-E)

Dans le cadre des débats au Parlement sur le budget 2024 de l'État, la Chambre de Commerce a présenté ses recommandations pour stimuler la croissance économique du Luxembourg. Une action ciblée est nécessaire dans un contexte de ralentissement et de défis internationaux. Il s'agit de réenclencher un cercle vertueux pour garantir des finances publiques saines, tout en renforçant la cohésion sociale et la compétitivité de l'économie luxembourgeoise.

Le Luxembourg est en panne de croissance : le Grand-Duché a fait face à une contraction de son économie en 2023 (-1%), avec une baisse significative de la confiance des entreprises et un secteur de la construction fortement touché. Cette situation de ralentissement économique s'accompagne d'une augmentation du chômage - chez les jeunes et les diplômés de l'enseignement supérieur notamment - et d'une baisse des créations d'entreprises. Dans son rapport « *World Economic Outlook - Steady but Slow : Resilience amid Divergence* », le FMI a, par ailleurs, revu à la baisse sa projection de croissance pour le Luxembourg en 2024, à 1,3% (contre 1,5% estimée en 2023).

## Les défis économiques internationaux : implications pour le Luxembourg

La situation est d'autant plus sensible pour le Luxembourg, un des pays les plus ouverts au monde, qu'elle s'inscrit dans un contexte international marqué par les polycrises. En effet, bien que l'économie mondiale montre une certaine résilience face aux chocs actuels, grâce notamment à la croissance aux États-Unis et dans certains pays émergents, les défis persistent. Le rapport du FMI pointe du doigt l'écart qui s'accroît entre l'Europe et les USA sous l'effet de la forte croissance de la productivité et d'une demande très soutenue aux États-Unis. L'Europe quant à elle fait face à des tensions sur les chaînes d'approvisionnement, connaît des pénuries de main-d'œuvre et une inflation qui persiste. Le STATEC a d'ailleurs revu à la hausse

le taux annuel d'inflation de 3,0% à 3,5% entre décembre 2022 et décembre 2023.

Par ailleurs, la croissance mondiale est aussi très inégalement répartie. En effet, la zone euro, l'Allemagne en particulier, connaît un ralentissement significatif avec des taux de croissance très bas. Les projections de taux de croissance du FMI pour la zone euro sont de 0,8% du PIB réel pour 2024, et de 1,5% pour 2025. Le gouvernement devra être conscient des risques induits par ces crises pour sa balance commerciale et de l'impact qu'un solde de balance commerciale négatif pourrait avoir sur le pays, et les exportations des entreprises luxembourgeoises.

## Digitalisation de l'administration, finances publiques saines, renforcement de la compétitivité

La Chambre de Commerce appelle à une véritable relance économique à travers le soutien à la demande et l'investissement public. L'État doit aussi être modernisé à travers la digitalisation et la simplification administrative. Au vu des baisses de création d'entreprises et pour préserver l'écosystème des startups au Luxembourg, il est nécessaire de soutenir l'entrepreneuriat et les transitions digitale et environnementale. Ces mesures permettraient de réenclencher un cercle vertueux qui assurerait des finances publiques saines tout en renforçant la cohésion sociale et la compétitivité de l'économie luxembourgeoise.

Dans son avis sur le budget de l'État 2024, la Chambre de Commerce appelle à orienter les

investissements publics vers la double transition notamment. Elle alerte sur la nécessité de concrétiser effectivement les investissements programmés. Elle souligne également l'importance critique de la digitalisation pour freiner l'augmentation rapide des dépenses de personnel et le rythme de recrutement dans le secteur public. Il est prévu que le poste « Rémunération des salariés » passe de 7,35% du PIB en 2022 à 8,54% du PIB en 2027. Or, la digitalisation recèle un potentiel significatif pour améliorer l'efficacité, la productivité, et l'allocation des ressources humaines.

Concernant l'Administration centrale, qui présente un déficit en 2024, la Chambre de Commerce s'inquiète de l'effet-ciseaux qui pourrait perdurer si les dépenses continuent de progresser plus vite que les recettes. Elles vont progresser de 7,6% en 2024 alors que la moyenne historique (1996-2022) se situait autour de 6,5%. La progression des recettes est quant à elle estimée à 7,1%. Le solde prévu pour 2024 est donc négatif de 1,9 milliards d'euros. Ceci a des répercussions sur le niveau d'endettement qui atteindrait 26,5% du PIB cette année. Dans le contexte

« Dans son avis sur le budget de l'État 2024, la Chambre de Commerce appelle à orienter les investissements publics notamment vers la double transition digitale et environnementale. »

La Chambre de Commerce recommande d'orienter les dépenses de l'État vers les infrastructures numériques et les investissements en faveur de l'environnement.

**« La Chambre de Commerce s'inquiète de l'effet-ciseaux qui pourrait perdurer si les dépenses publiques continuent de progresser plus vite que les recettes. »**

de fragilisation de l'économie luxembourgeoise, conserver le triple A et préserver la confiance des investisseurs est crucial pour le Grand-Duché. Le défi du prochain gouvernement sera donc de retrouver des marges de manœuvre budgétaires.

Aussi, la Chambre de Commerce propose des solutions pour retrouver ces marges de manœuvre et pouvoir financer les mesures nécessaires pour diversifier l'économie et faire face aux chocs futurs, maintenir un modèle social durable et assurer la double transition numérique et environnementale.

La Chambre de Commerce appelle à stimuler les recettes en restaurant la compétitivité du Luxembourg, en agissant sur la compétitivité-coût et l'attractivité fiscale puisque c'est l'attractivité économique qui crée les recettes. Le Grand-Duché a vu sa compétitivité diminuer ces dernières années, nécessitant des mesures politiques fortes. L'attraction des talents est primordiale dans un contexte où les entreprises rencontrent des difficultés pour trouver la main-d'œuvre nécessaire. Ainsi, la Chambre de Commerce salue les efforts du gouvernement dans l'éducation et dans la formation, mais elle estime que des actions supplémentaires sont nécessaires comme celle de faciliter l'immigration des talents au-delà de la Grande-Région.

### Encourager l'innovation

Les défis rencontrés par les entrepreneurs au Luxembourg, tels que la peur de l'échec et les difficultés d'accès aux financements, ont un réel impact sur la création et le maintien des entreprises. La Chambre de Commerce appelle le gouvernement à poursuivre ses engagements pour soutenir l'esprit d'entreprise et apporter des mesures nouvelles favorisant l'entrepreneuriat. De nombreuses PME luxembourgeoises continuent de faire face à des difficultés, notamment une augmentation de leurs coûts et des taux d'intérêt, affectant leur performance. La Chambre de Commerce souligne l'importance de renforcer l'environnement entrepreneurial pour soutenir la croissance à long terme, en mettant l'accent sur la



simplification administrative, le coût du travail et la fiscalité, tout en notant que les dépenses en recherche et développement sont essentielles pour la diversification économique. En 2022, elles ne représentaient que 0,98% du PIB, ce qui est en dessous de la moyenne de l'UE (2,24%) et inférieur aux dépenses des pays voisins. La Chambre de Commerce rappelle à cet égard la proposition de créer une super déduction fiscale pour accélérer la transition digitale et environnementale.

De plus, la Chambre de Commerce regrette le manque d'ambition du volet dépenses du budget en matière de digitalisation, soulignant que les initiatives annoncées semblent souvent être redondantes et que les ressources allouées pourraient être mieux utilisées.

L'investissement dans la digitalisation est crucial pour l'économie luxembourgeoise, notamment pour saisir les opportunités offertes par la transition numérique et respecter les engagements européens dans le cadre de la «décennie numérique». Les efforts actuels, bien que louables, nécessitent une plus grande implication gouvernementale pour renforcer la

compétitivité des entreprises luxembourgeoises sur la scène internationale, en particulier dans des domaines clés tels que l'intelligence artificielle, le big data et le cloud computing.

La Chambre de Commerce recommande une série de mesures pour stimuler la transformation numérique des entreprises, notamment des incitations fiscales pour les investissements dans les startups, le soutien financier aux jeunes entreprises dans les secteurs à forte croissance et des initiatives pour améliorer l'infrastructure numérique du pays, tout en soulignant l'importance de maintenir un marché des télécommunications libre et concurrentiel.

De manière générale et comme l'a souligné Carlo Thelen, Directeur Général de la Chambre de Commerce lors des débats autour du budget 2024 de l'État : « La prospérité du Luxembourg passera par la restauration d'une trajectoire budgétaire responsable dès aujourd'hui, par un inversement de l'effet ciseaux pour contenir la progression des dépenses courantes, par une politique d'investissement ciblée et d'ambitieuses réformes structurelles. » —

— JOURNÉE DE L'ÉCONOMIE 2024 —

# Compétitivité, sommes-nous toujours dans la course ?

TEXTE Matthieu Tresson et Leonardo Bei, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTO Charly Petit / Chambre de Commerce

Un public nombreux a assisté le 26 mars dernier aux échanges entre économistes et chefs d'entreprise au sujet de la compétitivité fragilisée du Luxembourg et des solutions à mettre en œuvre pour y remédier.



**Le Luxembourg ne cesse de régresser dans les classements de compétitivité. Celui de l'IMD le plaçait à la 8<sup>e</sup> place en 2017. Il était à la 20<sup>e</sup> position en 2023. Un déclin qui inquiète les chefs d'entreprise.**

Le 26 mars dernier, se tenait à la Chambre de Commerce, la 17<sup>e</sup> édition de la Journée de l'Économie, sur le thème : «La compétitivité du Luxembourg: sommes-nous toujours dans la course? Saisir les opportunités du changement mondial». Ministre, experts et chefs d'entreprise ont échangé sur le sujet, mettant en avant les causes de la perte de compétitivité, et les solutions potentielles pour y remédier. Puis, l'innovation et les nouvelles technologies ont été au centre des débats, avec des interrogations sur le rôle du pays dans le façonnement du paysage technologique et ses effets sur la compétitivité et la croissance.

## Un appel à l'action

Depuis plusieurs années, le Luxembourg fait face aux conséquences de multiples défis géopolitiques, rappelait Serge Allegrezza, directeur de l'Institut national de la statistique et des études économiques (STATEC), dans son discours d'ouverture. Ces conséquences économiques et sociétales se font toujours ressentir, mais d'autres défis structurels pèsent également sur la compétitivité du Luxembourg tels que : les faibles investissements en recherche et développement (R&D), une stagnation de la productivité du travail et des coûts de main-d'œuvre croissants. Le dernier Baromètre de l'économie de la Chambre de Commerce, indiquait que le coût de la main-d'œuvre était la principale préoccupation des

## « Le prix du carbone, les réglementations environnementales et les subventions varient entre l'Europe et les États-Unis, et mènent certaines entreprises à délocaliser leur activité. »

chefs d'entreprise pour 2024. Le directeur général de la chambre professionnelle, Carlo Thelen, a appelé à des changements rapides, soulignant que le renforcement de la compétitivité nécessitait une collaboration étroite entre les autorités publiques et le secteur privé, ainsi que la volonté politique de mener des réformes ambitieuses.

### Compétitivité et transition énergétique

Ces réformes sont d'autant plus urgentes, que des distorsions de concurrence se font ressentir entre pays. Les méthodes pour intégrer la transition énergétique à l'économie sont débattues à l'échelle nationale, et non internationale, soulignait Lionel Fontagné, professeur à l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne et à la Paris School of Economics. L'objectif est de rester compétitif tout en menant la transition énergétique. Le prix du carbone, les réglementations environnementales et les subventions varient entre l'Europe et les États-Unis, et mènent certaines entreprises à délocaliser leur activité. Des dizaines d'entreprises industrielles allemandes ont déjà fait le choix de franchir l'Atlantique, à la recherche de coûts de l'énergie et du travail plus faibles, et de réglementations plus souples. Pourtant, des réponses existent, notait monsieur Fontagné, comme uniformiser le prix du carbone à l'échelle mondiale par exemple. Le FMI, entre autres, a déjà proposé une méthode de calcul de ce prix. À son échelle, le Luxembourg doit assurer un accompagnement par secteur pour les entreprises, afin de les guider sans les contraindre.

### Hausse des coûts, baisse de la productivité

Les entreprises luxembourgeoises souffrent aussi de la forte hausse des coûts, déplorée par l'ensemble des chefs d'entreprise présents. François Mousel, CEO de PwC Luxembourg, précisait dans ce contexte qu'elles devaient trouver des solutions pour maintenir

leurs marges. Hormis les coûts de l'énergie et les coûts liés aux tensions sur les chaînes d'approvisionnement, c'est le coût de la main-d'œuvre qui inquiète. En 24 mois, cinq indexations ont été déclenchées au Luxembourg. Au dernier trimestre 2023, le coût horaire moyen de la main-d'œuvre (dans l'industrie et les services) était de 54,5 euros, soit 10 euros de plus par heure que la moyenne chez nos voisins français et allemands. Le poids financier est conséquent, et s'ajoute à une productivité du travail qui stagne. Entre 2000 et 2021, la productivité du travail par heure travaillée affichait une croissance moyenne de 0,08% au Luxembourg, contre 1,06% dans l'Union européenne. Entre hausse des coûts et perte de productivité, la marge de manœuvre des entreprises et leur capacité d'investissement, sont entravées.

### R&D, moteur de l'innovation et de la compétitivité

Le lien entre innovation et compétitivité était au cœur des débats dans la deuxième partie de cette journée. Le Luxembourg dispose de nombreux atouts compétitifs, comme sa connectivité, ses infrastructures et son niveau d'éducation. Mais les investissements en R&D au Grand-Duché demeurent faibles (moins de 1% du PIB) et sont en baisse. Ce pourcentage s'explique par la structure économique du Luxembourg, spécialisé dans le secteur financier, peu intense en dépenses R&D. Cette donnée n'en est pas moins préoccupante pour le pays, qui souhaite par ailleurs diversifier son économie, relancer son industrie et s'imposer comme un acteur majeur dans les nouvelles technologies. L'innovation est nécessaire à la prospérité et va au-delà du développement de nouveaux produits. Elle peut concerner des modèles commerciaux novateurs et peut être disruptive, permettant à une entreprise de développer un avantage compétitif. Tous les types d'entreprises sont concernés, commerçants, startups et multinationales doivent innover pour prospérer. Une démarche stratégique peut être cultivée au sein même des

structures établies, par exemple à travers la création d'incubateurs internes comme dans l'entreprise Paul Wurth Geprolux.

### Cadre réglementaire à adapter

L'innovation étant clé pour la compétitivité d'une entreprise, elle requiert un cadre réglementaire favorable. C'est un sujet central depuis que l'administration de Joe Biden a mis en place l'*Inflation Reduction Act*, visant à subventionner massivement toute entreprise innovante souhaitant s'implanter aux États-Unis. Le besoin est alors apparu en Europe de s'adapter pour rester compétitif. De plus, l'absence d'homogénéité des règles et des lois au sein de l'Union européenne est un défi majeur pour les entreprises, comme l'a montré le dernier rapport d'Eurochambres sur le marché unique. « *Ce n'est pas le même terrain de jeu* », affirme Pierre Zimmer, directeur général adjoint de Post Luxembourg. Les entreprises appellent à des politiques en faveur de l'innovation et des nouvelles technologies, mettant en œuvre une simplification des démarches administratives, notamment européennes, et une plus grande facilité d'obtention des financements étatiques.

### Qu'a prévu le gouvernement ?

Le gouvernement assure avoir conscience des problématiques, mais ne se veut pas alarmiste. Le ministre de l'Économie, Lex Delles, a ainsi indiqué que, malgré un léger déclin, le pays restait parmi les économies les plus compétitives d'Europe. Il a assuré que la compétitivité est au centre du programme gouvernemental, et que le gouvernement entend agir pour améliorer la productivité, assouplir le cadre réglementaire et promouvoir les bonnes pratiques dans les entreprises. Sur le long terme, il a été fait mention de renforcer les investissements dans les infrastructures et la technologie, accroître la digitalisation des procédures administratives de l'État et créer un *Talent hub* pour attirer les profils étrangers. « *Nous suivrons de près les indicateurs détaillés composant la compétitivité* » a-t-il conclu.

Le Luxembourg a su s'adapter par le passé pour rester attractif. Les réformes à mener devront répondre aux problématiques soulevées, et le gouvernement devra œuvrer à façonner des politiques européennes en faveur du commerce, afin de garantir au Luxembourg un environnement économique favorable. —

— ÉGALITÉ ENTRE LES GENRES —

# Femmes et hommes : égaux devant la loi, inégaux dans les faits

TEXTE Sidonie Paris, Affaires économiques, Chambre de Commerce

PHOTO Yunus Tug / Unsplash

**Le gouvernement luxembourgeois s'engage activement en faveur de l'égalité entre les sexes, guidé par le ministère de l'Égalité des genres et de la Diversité (MEGA). Le sujet figure en bonne place dans l'Accord de coalition 2023-2028, qui met en avant les effets bénéfiques d'une société plus égalitaire sur la croissance économique, le niveau d'emploi et la productivité, dans un contexte de vieillissement démographique et de manque de main-d'œuvre. Des mesures législatives ont été mises en place pour combattre les discriminations et promouvoir l'égalité des chances dans tous les secteurs de la société. Or, si nous avons une égalité devant la loi au Grand-Duché, ce n'est pas toujours le cas dans les faits. Des progrès ont été réalisés mais le chemin est encore long pour atteindre la pleine égalité entre hommes et femmes.**

L'Institut européen pour l'égalité entre les genres (EIGE) publie chaque année son *Gender Equality Index*, permettant de mesurer les progrès et les retards en matière d'égalité des sexes dans l'Union européenne (UE), dans le but d'accroître l'efficacité des mesures mises en place. Il attribue à l'UE et à ses États membres une note allant de 1 à 100 (un score de 100 équivaut à une parité complète). Dans l'édition 2023, le score global du Luxembourg est de 74,7 sur 100, supérieur de 1,2 points par rapport à 2022 et en progression constante depuis le lancement de l'index en 2013. Septième au classement européen (sur 28 pays), le Luxembourg se place au-dessus de la moyenne de l'UE (70,2) et gagne deux places par rapport à l'édition de 2022. Il reste toutefois derrière la Belgique et la France (respectivement aux 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> positions). La Suède, les Pays-Bas et le Danemark forment le trio de tête.

## Des progrès... en demi-teinte

Le point fort du Luxembourg est le domaine de l'argent, sur lequel le pays est leader du classement depuis 2013, devant la Belgique et le Danemark. Son score sur ce thème (de 93,9 en 2023) est en constante progression depuis 2020 (+3,9 points). Il se distingue en particulier par une quasi-parité de l'accès des hommes et des femmes aux ressources financières (avec un score constant de 98 depuis 2021). Si, en 2023, le salaire moyen (en standard de pouvoir d'achat) des femmes reste inférieur à celui des hommes, le Luxembourg fait mieux que

ses voisins. Ainsi, les femmes au Luxembourg touchent en moyenne 96,5% du salaire moyen des hommes. Concrètement, cela signifie que si un homme touchait 100 euros pour un travail donné, une femme gagnerait 96,5 euros pour ce même travail. C'est mieux que les 90,3% en Belgique, les 81,6% en France ou les 79,9% en Allemagne mais il faut encore avancer. Le pays fait partie des leaders en termes d'égalité salariale (du moins, si l'on considère le salaire horaire moyen qui masque cependant de nombreuses inégalités). Toutefois, il affiche, selon les données d'Eurostat, un écart moyen des pensions entre hommes et femmes de 37,9%, soit le plus élevé de l'UE.

L'évolution la plus marquée, depuis 2020, concerne le domaine du travail, le pays passant de la 8<sup>e</sup> à la 4<sup>e</sup> place. Si ce meilleur classement est à saluer, une analyse plus fine fait apparaître une réalité plus nuancée. À la 11<sup>e</sup> position sur le sous-domaine de la participation au marché du travail, le Luxembourg enregistre une progression du taux d'emploi des femmes en équivalent temps plein (ETP) (+5 points entre 2020 et 2023). Inversement, sur cette même période, l'écart entre la proportion d'hommes et de femmes en équivalent temps plein s'est renforcé. En 2023, on compte 51% des femmes en ETP, contre 64% des hommes. Cet écart peut s'expliquer, en partie, par un recours au temps partiel plus fréquent chez les femmes que chez les hommes (30,9% contre 7,0% des hommes en 2021)<sup>1</sup>. Concernant la durée des carrières professionnelles, les résultats sont mitigés. La durée de vie au travail des

femmes a peu évolué ces dernières années (32 ans en 2020 contre 33 ans en 2023). De plus, l'écart entre la durée des carrières des femmes et celles des hommes s'est accru sur cette période (3 ans en 2020, 5 ans en 2023). Or, la durée de vie professionnelle d'une personne – et par là même le nombre d'années de cotisation – impacte directement le montant de la pension qu'elle touchera par la suite. Outre la participation au marché du travail, les marges d'amélioration sont importantes dans le sous-domaine «ségrégation et qualité du travail». Tout comme dans l'UE dans son ensemble, la dimension du genre joue souvent un rôle non négligeable dans le choix du secteur professionnel (et s'observe déjà dans l'enseignement supérieur, où 36% des femmes choisissent des formations dans les domaines de l'éducation, de la santé, des arts ou des sciences humaines, contre 19% des hommes). Au Luxembourg, 28% des femmes actives travaillent dans les secteurs de l'éducation, de la santé et des actions sociales, comparé à 11% des hommes. En revanche, les femmes restent très minoritaires dans les métiers de la transformation numérique et du développement durable : un point noir au vu des besoins croissants en compétence dans ces domaines et des perspectives d'emploi au cours des prochaines décennies. En outre, si les résultats du Luxembourg sur les indicateurs liés au statut de l'employé, au type de contrat, à ses perspectives d'évolution de carrière et au risque de perdre son emploi (rassemblés dans le *career prospects index*) sont supérieurs à la moyenne de l'UE, le décalage

Les femmes sont encore très sous-représentées dans certains domaines au Luxembourg et ce phénomène se constate dès le choix des études.

**«Le ministère en charge de l'égalité (aujourd'hui dénommé «ministère de l'Égalité des genres et de la Diversité») a initié, en décembre 2019, la mise en place de l'Observatoire de l'Égalité.»**



entre les femmes et les hommes perdure et n'a pas évolué sur les dix dernières années.

Le pouvoir, qu'il soit politique, économique ou social, est inégalement réparti entre hommes et femmes. En 10<sup>e</sup> position, avec un score de 64,4, inférieur à celui de l'Irlande, de l'Allemagne, de la Belgique et en particulier de la France (au 2<sup>e</sup> rang avec un score de 83,8), le Grand-Duché a une marge de progression importante dans ce domaine. La sous-représentation des femmes dans les instances de pouvoir économique, en particulier, interpelle. En 2023, la proportion de femmes au sein des conseils d'administration des grandes sociétés cotées en bourse, des conseils de surveillance ou conseils d'administration est inférieure à un quart des membres (23%), loin derrière la moyenne de l'UE (33%) et les résultats de l'Allemagne (38%), de la Belgique (39%) et de la France, qui culmine à 46%. En revanche, la représentation des femmes dans le secteur public est supérieure à ce que l'on observe dans le privé, avec un taux de femmes dans les conseils d'administration des établissements publics de près de 39%<sup>2</sup>.

Le Luxembourg dégringole dans le classement sur l'aspect «temps», passant de la 8<sup>e</sup> à la 18<sup>e</sup> place entre 2020 et 2023. Si le pays progresse vers une meilleure répartition entre hommes et femmes des activités quotidiennes de soin (éducation des enfants et petits-enfants, soins aux personnes âgées et personnes handicapées, ménage et cuisine), il perd 13 places sur les activités sociales. Le recul en trois ans est particulièrement visible concernant la proportion de personnes actives sur le marché du travail prenant part à des activités sportives, culturelles ou de loisir hors du domicile à un rythme régulier. Outre le fait que les résultats du Luxembourg sont maintenant en deçà des chiffres de l'UE sur cet aspect en particulier, la participation des hommes à ce genre d'activités reste supérieure à celle des femmes. L'investissement en temps des femmes dans les

activités de soin, supérieur à celui des hommes (malgré des avancées certaines) peut, en partie, expliquer ce décalage persistant.

### **La violence : angle mort des classements internationaux**

Plusieurs classements internationaux, tels que le *Gender Equality Index* et le rapport *Les Femmes, l'entreprise et le droit 2.0 2024* de la Banque mondiale, font part d'un manque de sources à ce sujet, voire de l'absence de législation au Luxembourg. La réalité est toute autre. L'occasion de rappeler l'existence d'un Comité de coopération entre les professionnels dans la lutte contre la violence, mis en place en 2003 et composé de représentants du gouvernement, de représentants des autorités judiciaires (le parquet auprès des tribunaux de Luxembourg et de Diekirch), de la police grand-ducale et de représentants des services d'assistance aux victimes de violence (SAVVD, PSYea et ALTERNATIVES) et d'accompagnement des auteurs de violence domestique (Rücht Erasus).<sup>3</sup> Le Comité publie annuellement un rapport au gouvernement sur la violence domestique au Luxembourg. En outre, «le comité est habilité à examiner, soit de sa propre initiative, soit à la demande du gouvernement, toute question ayant trait à la lutte contre la violence domestique, dont le volet de la prévention et le volet thérapeutique [...]» (Art.2 (2)).

Le ministère en charge de l'égalité (aujourd'hui dénommé «ministère de l'Égalité des genres et de la Diversité») a initié, en décembre 2019, la mise en place de l'Observatoire de l'Égalité. L'objectif est triple : fournir des données objectives et fiables dans le but de disposer d'une image plus complète de la situation et d'aider à la mise en place de politiques publiques efficaces, soutenir le travail des professionnels du terrain en leur fournissant des données chiffrées, suivre et analyser les évolutions en

matière d'égalité des genres au Luxembourg. S'inspirant de l'indice d'égalité de genre de l'EIGE, l'Observatoire couvre sept thématiques, dont la violence domestique (définie comme la violence conjugale, relationnelle ou amoureuse et la violence familiale). Dans le processus d'intervention en matière de violence domestique<sup>4</sup>, celle de la police grand-ducale (suite à un appel d'urgence) constitue la première étape, pouvant aboutir à une expulsion ordonnée par le Procureur d'État. Entre 2018 et 2022, le nombre d'interventions policières dans le contexte d'une violence domestique a augmenté de 32%, pour atteindre 968 interventions. Les auteurs soumis à une mesure d'expulsion sont majoritairement des hommes (93% des personnes expulsées en 2022), entre 18 et 64 ans.

Ainsi, loin d'être un désert juridique sur le sujet de la violence, le Luxembourg dispose d'un corpus législatif et d'une chaîne d'intervention mobilisant l'ensemble des acteurs (gouvernement, police, justice, services d'assistance). Dans ce cadre, les initiatives menées par le Grand-Duché pour combattre les discriminations et renforcer l'égalité entre les hommes et les femmes doivent être plus largement communiquées aux organisations internationales, dans le but d'assurer une juste représentation de la situation du Luxembourg dans les classements internationaux couramment utilisés. —

1. STATEC, Panorama sur le monde du travail luxembourgeois à l'occasion du 1<sup>er</sup> mai, avril 2023.

2. 17<sup>e</sup> bilan intermédiaire des statistiques hommes-femmes au sein des organes décisionnels, mars 2024.

3. Règlement grand-ducal du 24 novembre 2003 relatif au Comité de coopération entre les professionnels dans le domaine de la lutte contre la violence.

4. Cette chaîne d'intervention se base sur la loi modifiée du 8 septembre 2003 sur la violence domestique.

# The Eye of the Economist



Christel Chatelain



Bérengère Beffort



Leonardo Bei



Laure Demezet



Romane Ehrhardt



Lucie Martin



Hoai Thu Nguyen Doan



Sidonie Paris



Matthieu Tresson



Anthony Villeneuve

## Mobilité



### Recul des immatriculations de voitures.

Au premier trimestre 2024, quelque 12.500 voitures ont été immatriculées au Luxembourg. Une légère baisse donc par rapport au premier trimestre 2023, lorsqu'on en comptait 13.149. Sur ces 12.500 immatriculations, 2.966 étaient des voitures 100% électriques, soit 23%. L'électrique se classe donc au deuxième rang des types de motorisation, juste derrière l'essence qui représente désormais 31% des nouvelles immatriculations, soit 3.882 voitures. Le diesel, quant à lui, continue sa baisse et ne représente désormais plus que 14% des immatriculations. —

## Bourse



### Bourse de l'année - LuxSE.

La bourse luxembourgeoise LuxSE (Luxembourg Stock Exchange) a remporté le premier prix *Environmental Finance* et a été nommée bourse mondiale en tant que leader dans la « dette durable ». Elle a été honorée pour son engagement dans le financement du développement durable dans les pays du sud et pour financement de l'égalité des sexes. LuxSE s'est en effet particulièrement engagé à assurer l'accès au financement des femmes voulant se lancer dans l'entrepreneuriat. À travers sa plateforme LGX (*Luxembourg Green Exchange*), LuxSE a renforcé l'offre d'emprunts durables dans les marchés en voie de développement. —

## Technologie



### Subventions gigantesques pour la tech.

Taiwan Semiconductor Manufacturing Co (TSMC), le plus grand producteur mondial de semi-conducteurs a signé un accord avec le gouvernement américain pour construire une deuxième usine en Arizona qui ouvrira ses portes en 2028. L'entreprise taïwanaise bénéficiera de 6,6 milliards de dollars de subventions et de 5 milliards de prêts de la part de Washington dans le cadre du *Chips Act*. L'administration de Joe Biden réaffirme sa volonté d'héberger 20% de la production mondiale de semi-conducteurs, pour réduire la part de 90% actuellement détenue par Taiwan. Malgré la présence de quelques usines, l'Europe continue à prendre du retard dans ce secteur, ce qui la rend dépendante des États leaders dans ce domaine. —

## Industrie



### 800 milliards d'euros pour atteindre les objectifs climatiques de 2030.

Dans son rapport, une table ronde d'industriels européens a conclu que, pour réduire les émissions de CO<sub>2</sub> de façon satisfaisante d'ici à 2050, des investissements massifs sont désormais requis. Au total, 800 milliards d'euros sont nécessaires pour atteindre les objectifs climatiques de 2030 et 2,5 trilliards d'euros pour ceux de 2050. Les industriels européens estiment que ces investissements doivent être partagés entre public et privé en vue de garantir la compétitivité des entreprises dans le futur et surtout éviter que la décarbonation mène à une désindustrialisation. —

## Énergie



### Le Luxembourg a réduit sa consommation de gaz naturel de 27%.

D'après un communiqué du ministère de l'Économie, le Grand-Duché a réduit de 27,8% sa consommation de gaz naturel au mois de mars 2024 par rapport à la période de référence de 2017-2022. Entre avril 2023 et mars 2024, la consommation a reculé de l'ordre de 26%, donc bien au-dessus du seuil préfixé de 15% au niveau européen. Les États membres de l'UE se sont mis d'accord sur la prolongation jusqu'au 31 mars 2025 du délai de réduction volontaire de la consommation de gaz naturel d'au moins 15%. —

## Banques



### Les taux directeurs (encore une fois) inchangés.

La Banque Centrale Européenne (BCE) a décidé, pour la cinquième fois consécutive, de laisser inchangés les taux directeurs à 4,5%. Malgré le recul de l'inflation dans la zone euro, « les fameux » 2% envisagés par la BCE ne sont toujours pas atteints. L'évolution de l'inflation reste encore incertaine et va dépendre de plusieurs facteurs macroéconomiques. Christine Lagarde, présidente de la BCE, a déclaré qu'elle aurait plus d'informations en juin de cette année, suggérant une éventuelle baisse, mais elle a souligné que les incertitudes vont continuer à peser. Elle invite également les États à abolir les aides énergétiques aux ménages pour que l'inflation puisse reculer davantage. —



Locationpartner:



Run for charity



LUXEMBOURG TIMES

www.luxtimes.lu

businessrun 24

REGISTER NOW!

Finish & Party at Coque

5 km Business Run



19 SEPTEMBER 2024 | 7 P.M.

LUXEMBOURG TIMES



Plus d'informations sous [www.business-run.lu](http://www.business-run.lu) | Suivez nous sur [f](https://www.facebook.com/businessrun.luxemburg) businessrun.luxemburg [@business.run](https://www.instagram.com/@business.run) [in](https://www.linkedin.com/company/BusinessRunLuxembourg) BusinessRun Luxembourg

# Show and tell

«La Chambre de Commerce a souhaité explorer le sujet de la transition vers la voiture électrique parce qu'il pose des enjeux en matière de technologie, d'environnement, d'économie et de géopolitique.»

Carlo Thelen



01



02



03

**01.** L'ingénieur Nicolas Meilhan, conférencier et expert du marché de l'automobile et des questions énergétiques a dressé un état des lieux global de l'électromobilité.

**02.** Le panel de discussion a rassemblé (de g. à dr.) Bérangère Beffort, lead Public Relations & Advocacy de la Chambre de Commerce, Dominique Laurent, managing director chez PwC Luxembourg, Lucie Martin, senior economist à la Chambre de Commerce, Antonio da Palma Ferramacho, directeur de RightFleet et Gerry Wagner, porte-parole de la House of Automobile.

**03.** L'événement, qui a attiré 120 participants, s'est déroulé en présence de Yuriko Backes, ministre de la Mobilité et des Travaux Publics et de Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce.

— ÉNERGIE ET MOBILITÉ —

## Sur les routes de la transition vers la voiture électrique

**TEXTE** Bérangère Beffort, Affaires économiques, Chambre de Commerce

**PHOTOS** Laurent Antonelli / Agence Blitz

Le 20 mars 2024, la Chambre de Commerce réunissait des experts pour explorer les enjeux autour de la décarbonation de la mobilité. Au cœur de la conférence figurait la transition vers la voiture électrique, à la fois sous l'angle des entreprises qui gèrent une flotte de véhicules ainsi qu'au regard des évolutions pour les acteurs économiques du secteur automobile.

Imaginez-vous au volant de votre véhicule, au milieu d'un carrefour, avec un GPS en panne. Faut-il tourner à gauche, à droite ou aller tout droit? Vous hésitez... Cette situation est celle dans laquelle se trouve un chef d'entreprise qui veut renouveler sa flotte de véhicules. Quelle direction choisir entre continuer à rouler en moteur thermique, bifurquer vers l'hybride ou prendre franchement

un tournant vers les véhicules à batteries? «Si la Chambre de Commerce a souhaité explorer le sujet de la transition vers la voiture électrique, c'est parce qu'il pose des enjeux en matière de technologie, d'environnement, d'économie et de géopolitique», a indiqué Carlo Thelen, le directeur général de la Chambre de Commerce en ouverture de la conférence. Pour les chefs d'entreprise et *mobility managers*, il s'agit de mieux comprendre l'écosystème ainsi que les opportunités qui se présentent. Fin 2023, au Luxembourg, pratiquement une voiture neuve vendue sur quatre était électrique. Les entreprises jouent un rôle majeur dans cette transition puisqu'elles portent largement le dynamisme du marché de l'électrique au Luxembourg. Pour aborder les dynamiques de politiques industrielles et de ressources accessibles au niveau international, la Chambre de Commerce avait invité l'ingénieur Nicolas Meilhan, conférencier et expert du marché de l'automobile et des questions énergétiques. Celui-ci a dressé un état des lieux global avec la décarbonation de la production d'électricité, les menaces qui planent sur les constructeurs européens et la capacité de l'Europe à produire des batteries. Pour aider les entreprises à faire un choix éclairé, un panel de discussion composé de quatre spécialistes luxembourgeois a ensuite approfondi les thèmes suivants :

- Les stratégies d'achat et de leasing de véhicules : les experts ont partagé leurs expériences et analyses sur l'acquisition de flottes automobiles respectueuses de l'environnement.
- L'infrastructure de charge : les spécialistes ont évoqué les points forts et les faiblesses de l'infrastructure, les solutions mises en œuvre et les améliorations réglementaires attendues.
- La gestion de flotte et l'efficacité opérationnelle : le panel a exploré les attentes des salariés et les nouvelles approches en matière de gestion de flotte, promouvant une mobilité d'entreprise flexible et tournée vers la décarbonation.
- Les incitants politiques : les échanges ont mis en exergue l'impact et l'importance d'aides ciblées pour stimuler la demande en véhicules électriques.

L'événement a surtout montré la nécessité d'une approche collaborative entre le gouvernement et le secteur privé pour réussir cette transition vers la voiture électrique. «C'est en unissant nos forces que nous pourrions transformer les défis en opportunités et avancer vers une mobilité d'entreprise durable», a rappelé Carlo Thelen, en s'adressant à Yuriko Backes. —

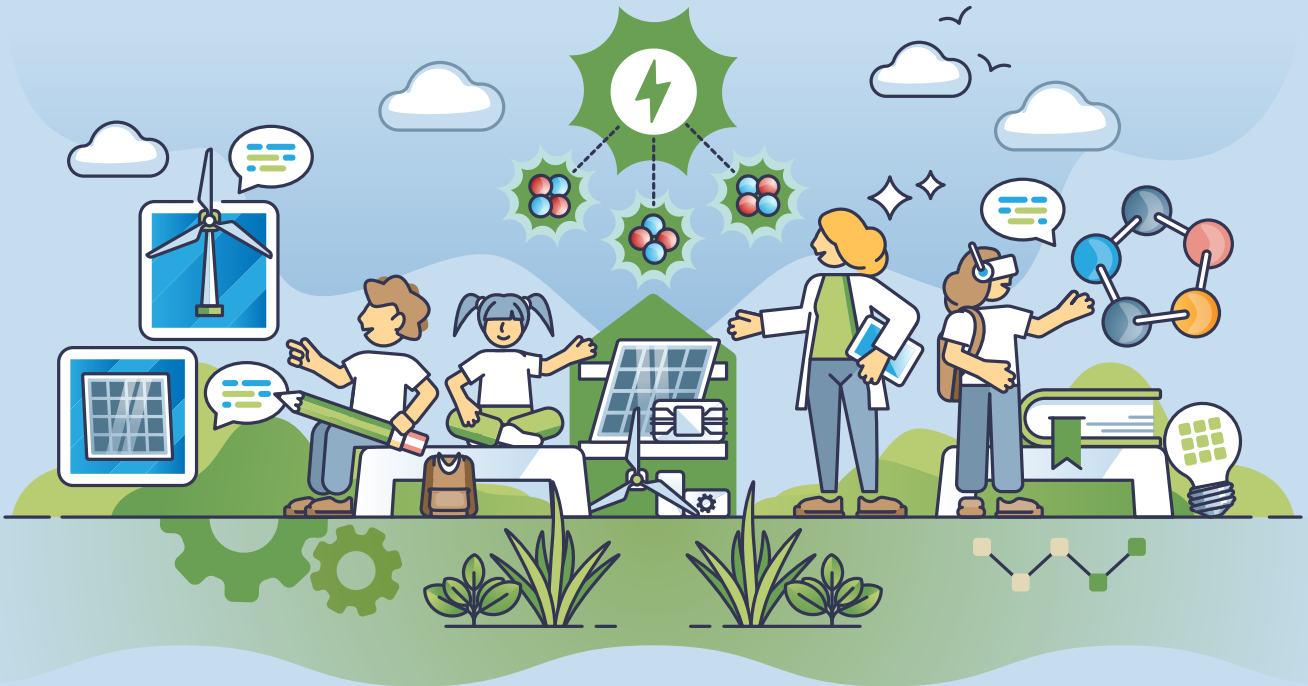
# In a Nutshell

## Salon Change Now Paris: 1.000 solutions, 120 pays, 35.000 participants

Le salon *Change Now* se tenait à Paris les 25, 26 et 27 mars derniers. Cet événement écoresponsable rassemble depuis 2017 les entrepreneurs, investisseurs, leaders du changement, décideurs politiques et participants grand public venus du monde entier et porteurs de solutions afin d'accélérer la transition écologique et sociale, *via* le déploiement d'actions concrètes, répondant aux grandes urgences de notre temps. L'occasion de mettre en avant certains chiffres en lien avec la transition environnementale et les innovations pour y parvenir.

**73%** des émissions de gaz à effet de serre proviennent de la production d'énergie. La consommation énergétique mondiale a triplé en 50 ans, sans réelle transition énergétique. En effet, les sources d'énergie à faibles émissions de carbone telles que l'éolien, le solaire ou le nucléaire ont été utilisées en complément des combustibles fossiles, plutôt que de les remplacer. Pourtant, de grands groupes industriels ont prouvé, chiffres à l'appui, qu'il était possible de concilier décarbonation et croissance.

**216 millions** C'est le nombre de migrants climatiques projetés d'ici 2050 par la Banque mondiale. Les catastrophes liées au climat ont déjà causé plus de la moitié des nouveaux déplacements en 2022.



### 100 à 1.000 fois plus rapide

Certains speakers n'ont pas manqué de mettre en avant bien plus que l'impact carbone, les impacts sur la biodiversité et l'eau, trop souvent oubliés. Les activités humaines sont à l'origine d'une 6<sup>e</sup> extinction massive, érodant la biodiversité à un rythme alarmant, **100 à 1.000 fois plus rapide que les processus naturels**. Cette érosion des écosystèmes et de leurs «services», comme la pollinisation, met non seulement en péril la sécurité alimentaire mondiale, mais ouvre également la voie à l'émergence de nouvelles maladies. À titre d'exemple, **80%** des cultures vivrières dépendent de la pollinisation. De plus, la biodiversité contribue aux avancées médicales, puisque plus de **60%** des médicaments contre le cancer proviennent de sources naturelles.

### 2 fois moins

Plus de 90% des matériaux extraits sont gaspillés, perdus ou restent indisponibles à la réutilisation pendant des années, car seulement 7,2% de l'économie mondiale était «circulaire» en 2023. Pourtant, si l'Europe passait à une économie circulaire, **deux fois moins de CO<sub>2</sub>** pourrait être rejeté dans l'atmosphère d'ici 2030 en Europe.

### 0,7%

L'eau: le nouvel or bleu? Bien que l'eau occupe 70% de la surface de la Terre, seulement **0,7% est disponible pour la consommation et les activités humaines**. Une action urgente est nécessaire pour garantir la qualité et la disponibilité de l'eau pour tous les êtres vivants et restaurer son cycle naturel. **5 milliards de personnes** seront confrontées à une pénurie d'eau d'ici 2050. **800 millions de personnes** n'ont déjà pas accès à l'eau potable. **80% des eaux usées mondiales actuelles** sont rejetées sans traitement dans l'environnement.

# Ideas to shape the future

— AVIS ANNUEL 2024 —

## Le Luxembourg au rAAAlenti !

TEXTE Ioana Pop  
PHOTO Julien Mpia Massa

L'économie luxembourgeoise a résisté aux chocs de la pandémie de Covid grâce, entre autres, au soutien de la politique budgétaire, et aux spécialisations économiques du Grand-Duché. Cependant, le nouveau cycle conjoncturel entamé en 2022 avec la guerre en Ukraine a eu des conséquences plus lourdes sur l'activité économique du pays. Le Luxembourg doit dorénavant s'adapter aux changements internationaux et nationaux pour assurer sa croissance et sa compétitivité à long terme.

Marquée par l'évolution de la situation géopolitique, de l'inflation et des taux d'intérêt, l'économie mondiale a montré une certaine résilience en 2023. Dans ce contexte complexe, l'Europe tente tant bien que mal de garder le cap, mais décroche progressivement de la dynamique américaine. D'un côté, un groupe de 8 pays du « Nord » a connu une récession en 2023, dont l'Allemagne en raison des tensions dans le secteur industriel, tandis qu'un groupe du « Sud » affichait de meilleurs résultats (l'Espagne, le Portugal, la Grèce et la France notamment). La prochaine Commission européenne devra relever de nombreux défis, notamment en matière d'investissements stratégiques pour redresser la compétitivité et la résilience de l'UE, et pour atteindre ses objectifs climatiques, le tout dans un contexte géopolitique plus que jamais incertain.

### L'économie mondiale résiliente, mais dispersée

Outre-Atlantique, les États-Unis ont enregistré une croissance dynamique, malgré la mise en place d'une politique monétaire restrictive et probablement grâce à une politique budgétaire expansive. *Ce policy mix* a eu pour effet de creuser le déficit public, mais a permis aux ménages de maintenir leur niveau de consommation et aux entreprises un niveau d'investissements soutenu. Le FMI prévoit une croissance américaine de 2,5% en 2023 et de 2,1% en 2024. Par ailleurs, l'administration Biden a adopté des plans tels que le *Chips and Science Act* et l'*Inflation Reduction Act* visant à soutenir les industries émergentes

et, quelque part, à renforcer le protectionnisme américain. En comparaison avec l'UE, ces plans ont mis en lumière des divergences notables en matière de politiques économiques et environnementales.

Dans le même temps, en Chine, l'économie a rebondi en 2023 avec une croissance du PIB de 5,2%. Par ailleurs, ce pays se distingue par une faible inflation (0,45% en 2023), avec une prévision par l'OCDE de 1,05% pour 2024. La réorientation des crédits du secteur immobilier vers le secteur industriel participe fortement à l'investissement des entreprises, surtout dans les secteurs d'avenir des programmes *Made in China 2025* et *China Standard 2035*. Toutefois, la Chine devra faire face à des défis, comme celui de la crise immobilière en cours, le retard sur le marché des semi-conducteurs et la décarbonation de son industrie lourde afin d'atteindre les objectifs annoncés en septembre 2020 à l'ONU.

### Luxembourg : enjeux socioéconomiques et financiers

En 2023, le Luxembourg a connu une récession et a quitté le top des *performers* de croissance de la zone euro ; son PIB en volume a reculé de 1,1%. Malgré les mesures prises par les autorités pour soutenir l'économie, le repli de l'activité a été notable, en particulier dans la construction, le secteur financier et la logistique. En effet, le secteur des activités financières et d'assurances a connu une baisse de sa valeur ajoutée brute en volume de 7% en 2023, recul attribué à des diminutions des investissements

nets dans les Organismes de Placement Collectif (OPC), des encours de crédits sous gestion ainsi que des primes encaissées dans l'assurance-vie.

Par ailleurs, les activités immobilières ont chuté et le marché du travail a été touché ; la création nette d'emplois a ralenti à +2,2% en 2023, tandis que le chômage a progressé de 16% en un an. L'emploi dans le secteur non-marchand a augmenté de 3,4% en 2023, tandis que dans le secteur marchand, la croissance n'a été que de 1,8%.

Le budget 2024 affiche un déficit de 1,2% du PIB, avec des dépenses exceptionnelles liées aux mesures de soutien des ménages et des entreprises et de lutte contre l'inflation. La dette publique du Luxembourg devrait atteindre 26,9% du PIB en 2025, restant ainsi bien en-dessous de la moyenne de la zone euro ; mais le déficit budgétaire, qui se poursuivrait jusqu'en 2027, suscite des interrogations quant à la soutenabilité des politiques économiques et sociales à long terme.

### Consensus économique d'IDEA : préoccupations et demandes d'actions

Le consensus d'IDEA reflète les préoccupations et demandes d'actions de 120 décideurs économiques et partenaires sociaux au Luxembourg. Ces derniers mettent en lumière un contexte conjoncturel international et européen tendu, exprimant un pessimisme croissant quant à la capacité de rebond de l'activité économique en 2024. Les préoccupations

*«Dans le consensus économique d'Idea, les experts réclament davantage d'actions de la part de l'UE sur le renforcement de la souveraineté industrielle de l'Europe – quitte à remettre en question certaines règles liées à la concurrence et/ou au libre-échange – ou encore sur l'accentuation de la législation européenne sur l'utilisation de l'IA.»*

portent notamment sur la compétitivité et la productivité du pays, ainsi que sur l'atteinte des objectifs climatiques, malgré des avancées significatives déjà réalisées. Les experts réclament davantage d'actions de la part de l'UE sur le renforcement de la souveraineté industrielle de l'Europe – quitte à remettre en question certaines règles liées à la concurrence et/ou au libre-échange – ou encore sur l'accentuation de la législation européenne sur l'utilisation de l'IA. En outre, ils insistent aussi sur la nécessité de réformer les pensions au Luxembourg dans les trois ans à venir – en jouant légèrement sur tous les leviers possibles – ou encore de renforcer le montant des investissements en faveur de la transition écologique.

### Trois contributions spécifiques

À l'occasion de la publication de son Avis annuel, IDEA propose en outre trois contributions visant à approfondir des sujets d'intérêt pour le Luxembourg et à formuler des recommandations concrètes pour relever les défis du pays.

La première explore les disparités territoriales en matière de capacité d'achat immobilier, révélant des évolutions très hétérogènes du pouvoir d'achat immobilier dans le pays.

La deuxième propose des solutions pour compléter les dispositifs de bourses d'études en vue de former davantage de talents, tout particulièrement dans les domaines des STIM (science, technologie, ingénierie et mathématiques), pour renforcer la diversification économique du Luxembourg.

Enfin, la troisième met en lumière le dispositif de *job rotation scheme* danois comme une *best practice* potentiellement complémentaire aux politiques de l'emploi du Luxembourg qui permettrait de renforcer les compétences des salariés et de faciliter le recrutement et le maintien des talents dans un contexte de mutations rapides du marché du travail. ■



Le 21 mars 2024, la Fondation Idea a présenté son Avis annuel lors d'une conférence de presse.



#### Plus d'informations :

L'intégralité de l'Avis Annuel 2024 se trouve sur

[www.fondation-idea.lu](http://www.fondation-idea.lu)

# Pour une Europe qui renforce les entreprises

À l'approche des élections européennes, la Chambre de Commerce du Luxembourg publie un plaidoyer qui souligne la nécessité de renforcer les entreprises de l'Union européenne (UE) pour maintenir leur compétitivité au-delà des frontières. Ce document, qui encourage une collaboration efficace et pragmatique entre les décideurs politiques et le secteur privé, énumère des mesures pour l'établissement d'un cadre propice à la croissance, à l'innovation et à la durabilité des entreprises européennes. Cinq recommandations clés sont mises en avant par la Chambre de Commerce dans son plaidoyer stratégique.

## Un environnement favorable aux entreprises

La Chambre de Commerce insiste sur l'importance d'un environnement réglementaire favorable, en particulier pour les petites et moyennes entreprises (PME), qui sont le moteur de l'économie européenne. Elle appelle à une meilleure réglementation tout au long du processus législatif, en mettant l'accent sur la cohérence, la proportionnalité et la prise en compte des impacts sur les PME. Ainsi, toute nouvelle réglementation envisagée devrait, au préalable, faire l'objet d'une analyse d'impacts. La publication souligne également la nécessité de réduire les charges administratives et les coûts de conformité pour les entreprises, proposant une réduction significative des exigences en matière de reporting, en rappelant l'objectif cible de réduire de 25% les charges administratives relatives. La Chambre de Commerce recommande également de simplifier l'accès des PME aux instruments financiers européens et de remédier aux lacunes actuelles du droit de l'insolvabilité pour notamment harmoniser la protection des créanciers.

## Parfaire le marché unique

Pièce maîtresse de la construction européenne, le marché unique est le principal atout de l'Europe pour assurer une croissance inclusive et la création d'emplois ainsi que le moteur essentiel des investissements dans les industries clés. Beaucoup a été fait depuis sa création il y a 30 ans, mais les obstacles

qui subsistent nuisent à la capacité des entreprises à se développer à partir de l'Europe. C'est pourquoi la législation européenne et son application doivent dissuader toute tentative nationale d'entraver la libre circulation des biens, des services, des capitaux et des personnes entre les États membres. Libérer tout le potentiel du marché unique est le moyen le plus efficace et le plus rentable de réaliser des gains collectifs, d'améliorer la compétitivité et de favoriser l'inclusion sociale. Ainsi, la Chambre de Commerce recommande-t-elle de renforcer l'application des règles existantes en évitant les transpositions inégales et en se concentrant sur la mise en œuvre stricte des règles européennes, de privilégier la reconnaissance mutuelle et l'harmonisation maximale, de s'attaquer aux obstacles qui freinent les échanges de services, de lever les restrictions territoriales de l'offre et enfin de promouvoir la coopération transfrontalière.

## Un agenda commercial européen ambitieux

La politique commerciale de l'UE doit continuer à se concentrer sur la mise en œuvre d'un programme commercial fort et ambitieux, permettant un accès plus facile et plus équitable aux marchés. Les entreprises attendent de l'UE qu'elle défende le libre-échange de manière unifiée et forte, en conservant un rôle stratégique dominant dans les négociations commerciales mondiales. Un programme commercial hétéroclite et contradictoire ralentit la cohésion économique et sociale de l'Europe sans améliorer les normes dans le reste du monde. Face à un environnement mondial en constante évolution, le plaidoyer appelle à un agenda commercial européen plus fort, avec une expansion du réseau d'accords commerciaux de l'UE et la promotion d'une numérisation accrue des échanges commerciaux. Il souligne la nécessité d'une autonomie stratégique ouverte, en particulier en ce qui concerne les relations commerciales avec les États-Unis et la Chine, tout en soutenant le développement international des PME.

**Le capital humain est l'un des avantages concurrentiels de l'Europe et sa seule véritable ressource naturelle durable.**



### **Une solide résilience climatique et énergétique**

Les initiatives de l'UE en matière de politique de développement durable doivent être affinées et réévaluées afin de permettre aux entreprises de toutes tailles de naviguer dans la transition verte. Il est essentiel que ces politiques ne se contentent pas de maintenir la compétitivité des entreprises, mais qu'elles la renforcent. Pour ce faire, il convient de mettre l'accent sur la promotion d'une plus grande souveraineté technologique, afin de catalyser et d'accélérer la double transition verte et numérique. Il faudra garantir la disponibilité constante d'une énergie durable à prix compétitifs et stables. La Chambre de Commerce préconise des stratégies pour attirer les investissements à faible intensité de carbone et une simplification des procédures pour les projets d'énergie renouvelable, en évitant aux entreprises des réglementations excessives, tout en mettant en place des programmes de soutien financier.

### **Comblar le fossé des compétences et faciliter la mobilité des talents**

Le capital humain est l'un des avantages concurrentiels de l'Europe et sa seule véritable ressource naturelle durable. La pénurie de compétences empêche les entreprises de croître, d'innover et de s'adapter aux changements technologiques, environnementaux et sociétaux. L'UE peut jouer un rôle essentiel dans le développement des compétences nécessaires dans le futur.

Reconnaissant le capital humain comme un atout concurrentiel majeur de l'Europe, la Chambre de Commerce insiste sur l'importance de combler le déficit de compétences et de faciliter la mobilité des talents. Elle recommande une reconnaissance mu-

**Toute nouvelle réglementation envisagée devrait, au préalable, faire l'objet d'une analyse d'impacts sur les entreprises et notamment les plus petites d'entre elles.**

tuelle élargie des qualifications, la promotion de la formation professionnelle et de l'apprentissage tout au long de la vie, ainsi que des mesures pour faciliter le détachement des travailleurs.

Le plaidoyer de la Chambre de Commerce représente une feuille de route stratégique pour renforcer les entreprises de l'UE dans un paysage mondial en évolution. En mettant en œuvre ces recommandations, l'UE peut créer un environnement plus dynamique et résilient pour ses entreprises, essentiel à la croissance économique et à la prospérité. Les décideurs politiques européens, à l'aube des prochaines élections, sont ainsi invités à considérer ces propositions afin de façonner un avenir prospère pour l'Union européenne.

**Retrouver l'ensemble des recommandations de la Chambre de Commerce :**



Renforcer les entreprises de l'UE



Empowering EU business

— AI REGULATORY SANDBOXES —

# Testing AI products hand-in-hand with the regulator

TEXT Legal Affairs, Chamber of Commerce

PHOTO Igor Omilaev / Unsplash

According to the EU's highly debated AI Act, recently approved by the European Parliament<sup>1</sup>, Luxembourg, as all EU countries, should soon set up at least one Artificial Intelligence (AI) "regulatory sandbox" to foster innovation in AI. Such Sandboxes should facilitate the development and testing of innovative AI systems under regulatory oversight before these systems are placed on the market. While the general framework for their functioning has been set out in the agreed text, questions remain open as to the exact modalities of participation for companies. They should soon be defined by the European Commission in detailed rules.

— An AI Regulatory Sandbox is a controlled testing environment that is created to allow companies experiment with new AI products, under the regulator's supervision, before putting them on the market<sup>2</sup>. A specialised national authority, in charge of supervising such Sandboxes, should provide guidance to companies testing their AI product on applicable regulatory requirements and facilitate them through the testing process. Their main objective is to foster AI innovation by enhancing legal certainty for innovators and facilitating access to markets, by removing compliance barriers, especially for SMEs and startups<sup>3</sup>.

Regulatory Sandboxes are not however a new thing. An increasing number of regulatory Sandboxes have been set up in a variety of sectors. They are now widely operated by financial regulatory authorities for designing new financial services (e.g. digital ID technologies), in transport (e.g. for autonomous cars), energy (e.g. for smart meters), telecommunications (e.g. for 5G deployment) and health (e.g. for services and innovations for predictive early detection of diseases)<sup>4</sup>.

## A more agile approach to innovation

It is estimated that AI Regulatory Sandboxes are "win-win" situations both for companies

participating in them, as well as for regulators supervising them. They provide clear incentives for companies to work hand-in-hand with experts and develop products that are compliant with the applicable legal regime. On the other hand, regulators get to acquire a better understanding of the technology tested and gain unique insight into best practices in the industry. This can potentially even lead to amendments of the legislative framework to better cater for the pragmatic needs linked to the development of innovative products. As the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) highlights "*Sandboxes can help public institutions (...) evaluate the suitability of a legal framework or inform a decision on whether or how much to amend existing provisions.*"<sup>5</sup>.

AI is estimated to be a field where Regulatory Sandboxes can be particularly relevant. As we have seen recently with the case of generative AI, especially ChatGPT, AI is a very rapidly growing technology that legislators might find hard to keep up with. Indeed, the rise of ChatGPT gave a whole new dimension to the discussions on the EU Act and had EU legislators rethink and rewrite certain provisions of the AI Act. An AI Regulatory Sandbox, in contrast, has the potential of being a tool that can swiftly respond to new developments and can be

adjusted quickly to consider new technological challenges<sup>6</sup>.

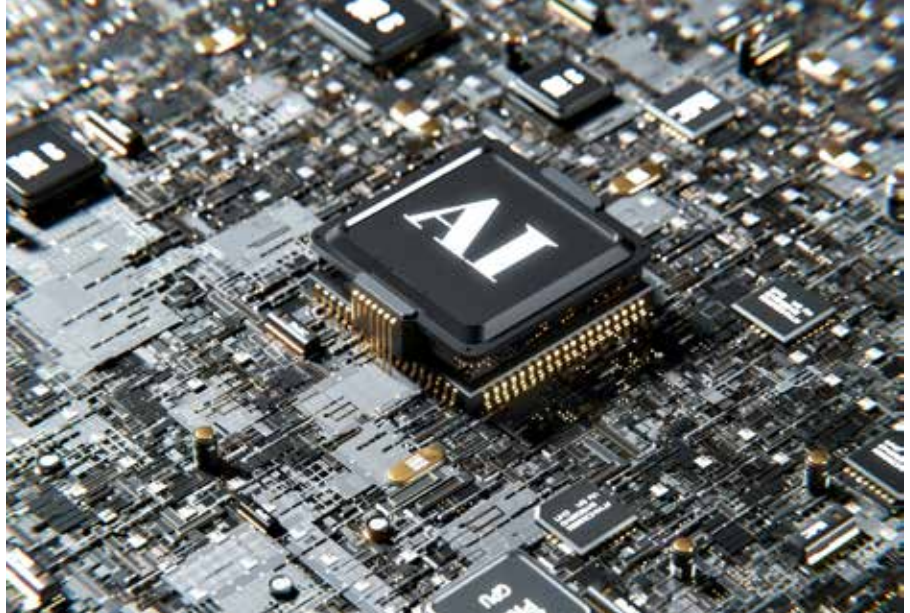
## The European framework

The freshly approved AI Act mandates that each EU country must establish at least one AI regulatory sandbox, which should be operational 24 months after it enters into force<sup>7</sup>. Member States may however choose to establish additional AI Regulatory Sandboxes at a national level, or even to set them up jointly with other Member States<sup>8</sup>.

National authorities competent for supervising these Sandboxes should provide participants with guidance on how to be compliant with the obligations set out in the AI Regulation. Activities within the Sandbox should be included in a testing plan agreed between the prospective participants and the competent authority<sup>9</sup>. An important document for sandbox participants will be the "exit report", which will be drafted at the end of the testing within the Sandbox. This shall include details of the activities carried out and the related learning outcomes and can be taken into consideration with a view to accelerate conformity assessment procedures<sup>10</sup>. National supervising authorities should moreover, in principle, respect the confidentiality of information and data obtained in carrying out their tasks, according to the general provisions on confidentiality in the AI Act<sup>11</sup>.



*“Regulatory Sandboxes provide clear incentives for companies to work hand-in-hand with experts and develop products that are compliant with the applicable legal regime.”*



Participation in an AI Regulatory Sandbox does not exempt participants from liability for damage inflicted on third parties because of the experimentation that has taken place. Participants therefore remain liable under applicable EU and Member State legislation for any harm inflicted on third parties during the testing process. What was agreed upon however during the legislative procedure is that no administrative fines shall be imposed for damage inflicted on third parties, if the provider has followed in good faith the testing plan and the guidance given by the national competent authority<sup>12</sup>.

It is important to note that particular attention has been given to the accessibility of AI Sandboxes for SMEs and startups, who should, in principle, enjoy privileged access, free of cost.

### Open questions

The European Commission considers it important that testing conditions within AI Sandboxes do not differ significantly from one country to another, to avoid fragmentation. This is why modalities of participation in AI Regulatory Sandboxes will be uniform across the EU and shall be defined by the European Commission within the following months<sup>13</sup>. Questions such as eligibility and selection criteria for participation, procedures for the application, participation, monitoring, exiting from and termination of the AI regulatory sandbox, and other conditions applicable to the participants are therefore still open. It remains to be seen whether these more detailed modalities of participation will ensure an attractive testing environment for companies. —

1. *European Parliament legislative resolution of 13 March 2024 on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on laying down harmonised rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and amending certain Union Legislative Acts (COM(2021)0206 – C9-0146/2021 – 2021/0106(COD))* (hereafter the “European Parliament legislative resolution of 13 March 2024 on the Artificial Intelligence Act”). The final regulation will enter into force twenty days after its publication in the official Journal, and be fully applicable 24 months after its entry into force.
2. *Idem*, Article 57, paragraph 1.
3. *Idem*, preamble (number 139).
4. *European Parliament briefing on Artificial intelligence act and regulatory Sandboxes*, page 2.
5. Carlos Muñoz Ferrandis, Karine Perset, Yuki Yokomori, *Regulatory Sandboxes can facilitate experimentation in artificial intelligence*, OECD.AI Policy Observatory.
6. Wolf-Georg Ringe, *Why We Need a Regulatory Sandbox For AI*, Oxford Business Law Blog.
7. *European Parliament legislative resolution of 13 March 2024 on the Artificial Intelligence Act**Idem*, Article 57, paragraph 4.
8. *Idem*, Article 57, paragraph 1.
9. *Idem*, Article 57, paragraph 5.
10. *Idem*, Article 57, paragraph 7.
11. *Idem* Article 78, paragraph 1.
12. *Idem*, Article 57, paragraph 12.
13. *Idem*, Article 58, paragraph 1.

#### Save the date!



If you are a company developing AI systems or planning to do so, mark this event in your calendar: the Luxembourg Chamber of Commerce, in collaboration with its Europe Enterprise Network and its House of Startups are organising an afterwork event during which actors from the public sector together with companies and startups developing AI systems in Luxembourg shall exchange insights on the pivotal role of AI Regulatory Sandboxes and of Testing and Experimentation Facilities (TEFs) in supporting companies bring new AI technologies to the market.


For more information on the event and how to register, please scan the QRcode.

— JAPAN —

# Land of the rising sun... and upcoming World Expo

**TEXT** International Affairs, Chamber of Commerce

**PHOTOS** STDM et Alexander Schimmeck / Unsplash



**Japan** 🇯🇵

### Facts & figures

**Political capital:** Tokyo  
**Top Business cities:** Tokyo, Yokohama, Osaka  
**Business languages:** Japanese, English  
**Business currency:** Japanese YEN  
**Working days:** Monday to Friday  
**Time-zone:** Japan Standard Time (GMT+9 hours)  
**Climate:** varies from tropical in south to cool temperate in north  
**Surface:** 377,973 sq km  
**Population:** 122.8 (2024 est.)  
**GDP per capita (PPP):** USD 4,230.86 Billion (2023)  
**Growth rate:** +1.0% (2022)  
**Inflation rate:** 2.80% (February 2024)  
**Unemployment rate:** 2.64 (2023 est.)  
**Ease of doing business:** 29/150 ranked by World Bank  
**Exports:** USD 680 billion (2023)  
**Imports:** USD 714 billion (2023)  
**Trade balance:** Trade Deficit of USD 63 billion (2023)  
**Logistics Performance Index:** 13<sup>th</sup> out of 160 countries ranked by World Bank (Luxembourg is 26<sup>th</sup>)  
**Corruption indicator:** 16 out of 180 countries ranked by Transparency International  
**Main economic sectors:**  
**Agriculture:** 0.95% (2021)  
**Industry:** 28.8% (2021)  
**Services:** 69.89% (2021)  
**Country risk classification (COFACE):** A2 Business Climate A1

Sources: World Bank Open Data, CIA World Factbook, OECD, Coface

Japan, which recently ranked as the world's 4<sup>th</sup> largest economy following the US, China, and Germany, boasts a population of 123 million, with some of the highest standards of living in the world. The country's competitiveness, grounded in its technological progress, social cohesion, and integration with Asian economies, is further bolstered by its steadfast transition achieving a Society 5.0.

Japan is a strategic partner for Luxembourg. Not just because of the good relations and strategic business opportunities, but also because of the country's key developments in new, sustainable and digital technologies. An aspect that can further accelerate the collaboration and innovation between Luxembourg and Japanese businesses. This is also to be showcased and explored at the upcoming World Expo in Osaka in 2025. Luxembourg will be present at next year's World Expo with a national pavilion which will offer an interactive experience, highlighting the importance of circularity and sustainability. However, beyond the World Expo, the Japanese market offers many opportunities in developing fields. Let's delve into some of the key ones here.

## Tokyo

Tokyo is widely seen as Japan's economic hub, primarily due to its concentration of well-established international corporations. Due to the city's world position, Tokyo's economy has put much more focus on financial services and banking. Tokyo serves as a hub for financial companies that possess advanced financial techniques and is where superior human resources in the fields of finance, investment funds, and information gather from all over the world. A focus on the FinTech sector is also visible in order to develop the city of Tokyo and aims to transform these areas into an ecosystem. In addition, activities geared towards solving social problems such as ESG investment,

which has been gaining more attention internationally; and the realisation of Tokyo as a world-leading society have taken center-stage. Among Tokyo's diverse industries are the manufacturing of electronic apparatus, transport equipment, automobiles, cameras and optical goods, furniture, textiles, and a wide array of consumer items. The city's sheer economic scale, the many outstanding universities and research institutions, the impressive business community, and government initiatives represent limitless potential for synergy and networks ready to be harnessed. In economic terms, Tokyo has the world's highest GDP, surpassing even that of London and New York. As Japan's center of academics and business, the city is ideal for meetings in any field. Tokyo has 140 universities, 13 of which are ranked in the Times Higher Education World University Ranking. The city is a true hub of academic excellence and state-of-the-art research. On the business side, the city's private sector is enormous: 1,900 listed companies are headquartered there, amounting to the largest aggregate market capitalisation in Asia. Many of these companies are eager to work with academia in pursuit of even greater value and innovation. In addition, strong local government initiatives further promote the city's dynamic growth and progress toward the future.

Tokyo also has a renowned subway system, and the world's first public monorail line runs between downtown and Haneda international airport. Narita International is Tokyo's main airport. The transportation system also includes the Shinkansen, whose "bullet trains" connect Tokyo with Osaka and other cities.



01. Shinjuku, Tokyo.



02. Luxembourg Pavilion Expo 2025 Osaka.

## Osaka

Osaka is the 2<sup>nd</sup> largest city in Japan and the largest city in western part of the country. With a population of 8.8 million, and a market equal in size to the GDP of Singapore, it is an important destination when visiting Japan.

Osaka has a long history as a capital city and as a gateway for international exchange. Since the modern era, the city has flourished as a center of commerce and finance and has played a major role in the development of Japan's industrial economy. Osaka is also the center of the Kansai region with a population of 20.4 million. This region has a big market, and many companies are actively engaged in business activities in a wide range of industrial fields. There are also numerous universities, institutions and colleges engaged in high-level research and technological development. Osaka presents a well-rounded balance of manufacturing, as well as distribution and logistics industries such as trading companies and department stores, and service industries such as finance. Furthermore, high-tech industries such as biotechnology, IT, and sports-related and game content industries are concentrated here as well.

The Kansai region, especially Osaka, will host the 2025 World Expo, where Luxembourg will have its national pavilion (photo 02). The Luxembourg Chamber of Commerce will organise trade missions during the World Expo – more information to come soon.

## Tsukuba City

The city of Tsukuba is home to 150 universities and research institutes that have yielded 4 Nobel Prize winners. Of the city's 245,000 residents around 8% are working in the research sector. Amongst the many advanced research institutes located in the city is the Tsukuba Science City and the JAXA (Japan Aerospace Exploration Agency) Space Centre. It is because of this unique conglomeration of research facilities that innovation is a key word in this city. This is also highlighted by the important support that the city provides to startups – a fact that is reflected by the many international visitors from known innovative countries that Tsukuba receives. Luxinnovation and the City of Tsukuba therefore signed a Memorandum of Understanding in the fields of space technologies and material sciences – where both regions are on the cutting edge – to streamline cooperation and offer opportunities for innovative companies seeking to expand their activities to Asia. —

### Go International

The Luxembourg Chamber of Commerce is organising an Official Trade Mission to Japan from 10<sup>th</sup> to 14<sup>th</sup> June 2024.

For more information, please visit the website [www.cc.lu](http://www.cc.lu) or email [Japan@cc.lu](mailto:Japan@cc.lu)

## Useful contacts

**Luxembourg Chamber of Commerce**  
Na Shi-Bic, Senior International Affairs Advisor  
Georgia Kossmann, International Affairs Advisor  
[japan@cc.lu](mailto:japan@cc.lu)

**LTIO Tokyo**  
(+81) 3 3265 9621  
[ltiotokyo@mae.etat.lu](mailto:ltiotokyo@mae.etat.lu)

**Embassy of the Grand Duchy of Luxembourg in Tokyo**  
(+81) 3 3265 9621  
[infotokyo.amb@mae.etat.lu](mailto:infotokyo.amb@mae.etat.lu)



**Cyril Marchiol**  
CEO, Tsumé Art

**«Le secteur de la 'japanimation' est très prisé en Europe.»**

### Quelles sont les activités actuelles de Tsumé Art au Japon ?

Tsumé Art conçoit et commercialise des statues de collection haut de gamme, à l'effigie de personnages cultes. Au Japon, l'entreprise est actuellement active dans la négociation et la contractualisation de droits de propriété intellectuelle, couvrant les mangas, les animés japonais et les jeux vidéo. Le design, la conception et le prototypage de nos figurines sont réalisés ici au Luxembourg tandis que la fabrication de nos produits est faite entièrement à la main en Chine.

### Quelles opportunités le marché japonais présente-t-il selon vous ?

Le marché japonais offre de grandes possibilités pour nous. Le secteur de la «japanimation» est en effet très prisé en Europe. Le fait que la production de nouveaux titres soit toujours très active au Japon crée une abondance d'opportunités pour nous. Cela nous permet notamment de travailler avec de grosses sociétés telles que Shueisha, Kodansha, TV Tokyo, et Toei Animation.

### Quels risques ou difficultés y rencontrez-vous ?

Les défis et les risques sont surtout liés à la différence de mentalités et à la méfiance initiale des japonais à l'égard des entités étrangères. Il faut du temps pour gagner leur confiance, mais nous avons la chance d'avoir établi une solide relation de confiance avec nos partenaires depuis nos débuts en 2010. De plus, le défi réside dans le fait de naviguer entre l'avant-gardisme du Japon dans certains secteurs et leur approche conservatrice dans d'autres en maintenant un équilibre entre les attentes du marché européen et la frilosité aux changements du marché japonais.

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

Pour réussir au Japon, il faut prendre le temps de comprendre la culture, la hiérarchie et le fonctionnement des entreprises locales. Il est essentiel de se faire accompagner par des interprètes et des conseils professionnels, de ne pas seulement se fier aux outils de traduction en ligne, et de se rendre sur place autant que possible pour présenter vos idées et votre vision.

# The Interview

## Morgan Gromy

CEO, Luxexpo The Box



*« Concrètement, nous avons trois métiers : nous sommes producteurs d'événements, co-organisateurs d'événements et loueurs de services pour l'organisation d'événements. »*

— LUXEXPO THE BOX —

# « Notre rôle de lieu de rencontres et d'échanges est plus que jamais nécessaire. »

TEXTE Catherine Moisy

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz et Luxexpo The Box

Originellement créé pour accueillir la Foire de Printemps et la Foire d'Automne, Luxexpo, devenu par la suite Luxexpo The Box, a pris ses quartiers sur son site actuel dans les années 90. Le lieu offre désormais 33.000 m<sup>2</sup> d'infrastructures modulables, sur un terrain de 100.000 m<sup>2</sup> et peut accueillir de multiples formats d'événements, de la petite réunion de quelques personnes aux salons réunissant plusieurs centaines d'exposants et plusieurs dizaines de milliers de visiteurs, en passant par les conférences et congrès de 100 à 1.500 participants ou les concerts comptabilisant jusqu'à 16.000 fans. Morgan Gromy, actuel CEO et administrateur délégué, en connaît les moindres recoins, atouts et orientations stratégiques, qu'il suit depuis 2003, année de son « embarquement » dans la structure.

## Combien d'événements sont organisés chaque année à Luxexpo The Box et quelle est la part des événements professionnels et celle des événements grand public ?

Selon les années, 100 à 115 événements sont organisés entre nos murs. Les années où nous accueillons Expogast, le salon international de la gastronomie (*tous les quatre ans, la prochaine fois en 2026, ndlr*), nous sommes obligés de bousculer un peu le reste de la programmation, car celui-ci occupe beaucoup d'espace, sur plusieurs semaines, car il faut compter le temps nécessaire à son montage et à son démontage. Les événements destinés au grand public (B2C) et les événements professionnels (B2B) sont aussi nombreux les uns que les autres et représentent chacun environ 50 événements par an, mais les événements B2C rassemblent en moyenne beaucoup plus de monde. Quand, avec l'activité B2B (par exemple, Healthcare week, Amazon All Hands Global Conference, Luxinnovation world Food Program...) nous accueillons un peu plus de 30.000 visiteurs par an, ce chiffre atteint 345.000 pour le B2C (par exemple, Long Live The Summer, Home Expo et Semaine Nationale du Logement, Yep Schoulfoire, Bazar International, Festival des Migrations, International Motor

Show, Animé Focal, Concerts Luxexpo Open Air...). De même, les entreprises exposantes ou participantes sont beaucoup plus nombreuses sur le créneau du B2C (3.400 environ par an contre 370). Nous réalisons 77% de notre chiffre d'affaires avec les événements B2C.

## Si vous deviez résumer la vocation du lieu, à l'origine et maintenant ?

À l'origine, la Foire Internationale de Luxembourg (FIL - ancien nom de la société) organisait la Foire de Printemps en mai et la Foire d'Automne en octobre, soit 18 jours de foires saisonnières par an. Aujourd'hui, la vocation du lieu est d'avoir un impact positif permanent pour le pays, de créer des expériences inoubliables et des occasions de rencontres pour des publics variés. Notre programmation couvre quasi tous les jours de l'année et au moins une quinzaine de secteurs économiques.

Plusieurs étapes importantes ont jalonné l'histoire de Luxexpo The Box pour passer de la vocation première à ce que l'on connaît aujourd'hui. Le premier tournant véritable remonte à 2010. Cette année-là, la décision a été prise d'ouvrir nos espaces à des organisateurs tiers et de recruter des commerciaux dédiés à la prospection de cette cible. Cela a eu un effet multiplicateur

immédiat et a beaucoup contribué à diversifier la programmation. En 2016, nous avons fait le choix stratégique de rajeunir le public ciblé par nos événements. L'année suivante, la mise en service du tram, devenu gratuit début 2020, nous a aidés à attirer ce public. Cela dit, nous avons connu une période totalement atypique en 2020, au moment de la pandémie. Nous avons alors contribué à l'effort général en transformant nos halls, tour à tour en hôpital, centre de vaccination ou centre de test. Nous avons aussi contribué à rédiger les règles sanitaires postpandémiques pour permettre la reprise des événements en toute sécurité. Cette période bouleversée a donné l'impulsion pour une réflexion sur les formats d'événements et nous a poussés à étudier les meilleures façons d'allier digital et présentiel. C'est ainsi que décision a été prise d'investir dans un nouvel équipement, une salle immersive unique en Europe, la salle SIGMA et son écran panoramique de 22,5 mètres de long et 3,5 mètres de haut, qui enveloppe véritablement un angle entier de la salle. La réinvention de notre société a culminé en 2022 avec la décision d'intégrer dans nos statuts la volonté de veiller à l'équilibre entre les enjeux économiques, sociaux et environnementaux. Cette décision a conduit à la mise en œuvre en 2023

**01.** Luxexpo The Box offre un grand choix de salles nues aménageables sur mesure pour tout type d'événement et a la capacité d'accueillir de très grands congrès jusqu'à 1.500 participants.

**02.** L'événement *Long Live The Summer*, qui se déroule désormais chaque année à la mi-septembre, permet de prolonger l'atmosphère d'été et de vacances avec de la musique live, des DJ sets, des ateliers, des bars et des stands de cuisine du monde.

du projet stratégique Phoenix qui redéfinit la mission, la vision, les valeurs, les piliers et les objectifs stratégiques et à notre engagement dans le processus de certification B Corp, dont nous attendons avec impatience l'évaluation.

### Quelles sont concrètement les différentes activités de Luxexpo The box ?

Concrètement, nous avons trois métiers. Nous sommes d'abord nous-mêmes producteurs et organisateurs d'événements qui visent un impact positif pour la société en faisant se rencontrer un maximum de personnes et d'entreprises. Il s'agit par exemple de Home Expo, de Long Live the Summer ou de l'Antique and Art Fair. Dans cette catégorie, nous allons bientôt dévoiler d'autres projets. Sur ces projets, nous prenons 100% des risques et cela est rendu possible grâce à notre actionnariat (*dont la Chambre de Commerce et la Ville de Luxembourg, ndr*) qui adhère totalement à cette mission.

Ensuite, nous sommes coorganisateur de certains événements ambitieux et très spécifiques pour lesquels il nous faut un partenaire, acteur expert du domaine traité. Dans ce cas, nous partageons les risques de manière contractuelle. Dans cette catégorie d'événements, Expogast est le plus représentatif avec la Semaine Nationale du Logement...

Enfin, nous sommes aussi loueurs de services pour l'organisation d'événements par des tiers. Dans ce cas, notre mission est de minimiser les risques pour notre client et de lui fournir tout ce dont il a besoin pour la réussite de son événement tout en le laissant se concentrer sur son métier. Nous fournissons les espaces d'exposition, du mobilier, des décors et des structures de stand grâce à notre menuiserie intégrée, l'ingénierie événementielle, l'audiovisuel, l'énergie, la signalétique, du soutien à la communication, ainsi que des services de conseil et des outils pour obtenir la certification *Green Business Event*. Régulièrement, nous sous-traitons des éléments et des expertises qui se situent en dehors de notre champ de compétences, comme l'enregistrement et la diffusion d'émissions de télévision, l'audiovisuel et la technique



01

musicale de pointe, du mobilier spécifique ou encore la *catering*.

### Combien de temps à l'avance faut-il réserver les espaces ?

C'est très variable en fonction du type d'événement. Pour une réunion de quelques personnes, quelques jours à l'avance suffisent. Pour une conférence de 100 à 200 personnes, il faut compter plusieurs mois et entre deux et quatre ans pour un congrès international. La programmation est établie par Luxexpo The Box en fonction de la disponibilité des infrastructures, de la taille des événements et de l'existence ou non de flexibilité au niveau des dates et de l'emplacement précis dans nos espaces. On regarde également la fréquence de l'événement, la concurrence avec d'éventuels autres rendez-vous - par exemple, on ne mettra jamais deux salons d'art à des dates proches - et désormais, nous ajoutons d'autres critères de sélection : l'impact positif sur le territoire en balance avec l'impact sur l'environnement, que nous souhaitons le plus faible possible.

Les événements les plus complexes sont les nouveaux salon et confex (*contraction de congrès et expositions, ndr*) internationaux. Quand ils font leur apparition dans le calendrier, ils sont potentiellement récurrents et ils peuvent aussi monter en puissance. Il faut donc d'emblée leur réserver un espace suffisant pour qu'ils puissent grandir. Un événement de ce type met en moyenne trois ans à s'installer et à trouver son public et il faut ensuite environ trois autres années pour qu'il devienne rentable. Ce sont donc des paris que nous faisons et là encore,

l'apport de l'événement pour l'économie et la société sont des critères importants.

### « Renforcer la digitalisation de nos processus internes » figure dans vos objectifs. Où voulez-vous mettre davantage de digital ?

La digitalisation représente l'opportunité d'optimiser bien des aspects de notre fonctionnement. D'abord, nous souhaitons pouvoir centraliser la gestion de toutes nos activités sur une plateforme CRM unique, qu'il s'agisse des événements organisés, coorganisés ou de la location de services. Grâce à cela, nous souhaitons pouvoir prochainement proposer la location de services en ligne et une communication plus fluide avec nos clients sur les projets en cours.

Par ailleurs, nous souhaitons pouvoir nous doter d'un outil de pilotage des projets, plateforme réunissant les 500 tâches standards identifiées qui entrent dans l'organisation d'un événement. L'outil permettra d'attribuer celles-ci et de suivre leur déroulement.

Nous investissons également dans des outils de plans qui nous permettent de visualiser les implantations des stands pour les salons, dans un outil RFID de gestion des stocks qui doit nous permettre de suivre nos équipements sur les 33.000 m<sup>2</sup> du site, dans un outil centralisé de pilotage des informations diffusées sur les écrans mobiles du site pour guider les visiteurs ainsi que dans un outil de contrôle des accès qui permet de surveiller en permanence le taux d'occupation des espaces et d'optimiser les flux.

«Rares sont les événements qui n'intègrent pas une dimension loisir.»

#### Qu'apporte Luxexpo The Box à Luxembourg et au Luxembourg ?

Une étude économique a été menée en 2018 qui a révélé des retombées très positives et mesurables en termes de chiffre d'affaires, d'emplois et de recettes fiscales (voir interview de Fernand Ernster p.81, ndlr). Une autre étude, commanditée cette fois par le gouvernement a révélé que chez Luxexpo The Box, deux tiers des événements occupent une superficie d'environ 10.000m<sup>2</sup> et se déroulent sur plusieurs jours, ce qui confirme la position de leader incontesté et le rôle prépondérant de la société sur le marché des expositions au Luxembourg. En cela, nous sommes donc complémentaires de tous les autres lieux, parfaits pour accueillir des événements plus petits. La variété des propositions contribue à la force et à l'attractivité du pays.

Au-delà de l'impact économique, nous avons identifié une trentaine de retombées positives de nature non financière. Par exemple, connecter les gens, transformer la société, expliquer les enjeux et transformations majeures actuels, créer du plaisir et de la convivialité, préparer les citoyens et les employés de demain...

Enfin, quand nous réalisons un événement pour un client, nous commençons toujours par l'interroger sur l'impact qu'il veut créer et ensuite, nous l'aidons à vérifier que son objectif a été atteint.

#### Y a-t-il la capacité hôtelière suffisante au Luxembourg pour accueillir les grandes foires internationales ?

La capacité hôtelière du pays est d'environ 7.000 chambres, dont 2.500 rien que sur la

ville de Luxembourg. Ce parc hôtelier est au service de toute l'économie, de toutes les entreprises, de l'événementiel, du tourisme et aussi de la Commission européenne, grosse consommatrice de nuitées. Les mois d'avril, de juin et d'octobre, les plus demandés pour les congrès d'affaires, sont aussi les mois des conseils de l'Union européenne, ce qui rend très compliquée la promotion de la destination Luxembourg pour les événements business internationaux d'envergure. Notre plus grand défi concerne Expogast tous les quatre ans. Cet événement est de loin le plus gros que nous organisons et il nécessite de pouvoir fournir 20.000 nuitées au Luxembourg et en Grande Région.

**La présente édition du magazine Merkur est consacrée à l'industrie des loisirs. Quels sont vos liens avec ce secteur ?**

Si nous définissons les loisirs comme le temps que les gens consacrent à se détendre en dehors de leurs obligations professionnelles, sociales ou familiales, alors nos interactions sont quotidiennes. La tendance est à une hausse du temps consacré aux loisirs, ce qui élargira vraisemblablement notre programmation. Et surtout, les loisirs font désormais partie intégrante des événements, y compris ceux traditionnellement perçus comme professionnels ou utilitaires. Rares sont les événements qui n'intègrent pas cette dimension, que ce soit par du *gaming*, de la musique, du *show cooking*, des ateliers, une interaction digitale ludique, etc. Ce phénomène est encore émergent, mais il devrait connaître une accélération significative, car les loisirs favorisent la participation active des individus. Leur vocation est bien souvent pédagogique, ils peuvent servir de support pour passer des





03

messages importants grâce à l'expérimentation et au divertissement. Par exemple, on peut organiser un *escape game* pour faire passer des messages sur la sécurité et cela s'avère très efficace.

Les événements liés au domaine des loisirs nécessitent souvent des espaces conséquents. Nos équipements leur offrent donc un cadre idéal, qu'il s'agisse d'expositions culturelles ou artistiques, de spectacles, de concerts ou encore de certaines activités sportives ou d'animations interactives, le tout agrémenté de zones de restauration ou de détente. La dimension gastronomique est devenue un incontournable de tous les événements.

#### Quels sont les défis et opportunités qui se présentent à Luxexpo The Box ?

Le premier défi est de nous mettre tous à fonctionner en mode agile pour nous adapter rapidement à des demandes changeantes et exigeantes et travailler dans un contexte en constante évolution. Par exemple, la dimension environnementale doit devenir le nouveau standard dans notre métier avec une prise en compte du développement durable et de la responsabilité environnementale

dans tous les événements afin de répondre aux impératifs de durabilité et de responsabilité sociale.

Notre défi numéro deux est le vieillissement de l'infrastructure auquel nous devons être très attentifs, car nos clients nous comparent à des sites étrangers, parfois beaucoup plus récents. Nos principaux points d'attention concernent la hauteur limitée des halls, la présence de piliers qui restreignent la tenue d'événements spectaculaires, l'éclairage uniquement artificiel qui entraîne une consommation importante d'énergie, l'absence de connexion avec des espaces verts ou des terrasses végétalisées qui sont de plus en plus demandés et enfin l'isolation thermique du bâtiment. En dehors de cela, nos infrastructures présentent encore bien des atouts. Le principe des espaces vides modulables est très intelligent, car il permet de personnaliser complètement les événements et les différentes tailles de nos halls permettent de répondre aux besoins des plus petits événements thématiques. Beaucoup de sites ont de très/trop grands halls, qui ne correspondent plus tout à fait aux demandes les plus courantes depuis deux ou trois ans.

En ce qui concerne les opportunités, les transformations et bouleversements du monde actuel font que les entreprises ont besoin de sortir de leur environnement habituel pour se confronter à des publics variés. Par ailleurs, les gens ont besoin de rencontres, de débats et d'explications *via* des conférences et autres formats présents, en contrepoint à tout ce qui est virtuel et qui véhicule parfois son lot de désinformation. Notre rôle de lieu de rencontres et d'échanges est donc plus que jamais nécessaire.

#### Avez-vous des projets de développement des infrastructures pour le futur ?

Oui, il existe un projet de modernisation complet. J'espère qu'il sera ambitieux et innovant, donc différenciant. Ce projet prendrait place sur notre site actuel du Kirchberg, mais il s'agira vraisemblablement d'une construction verticale, pour limiter son empreinte au sol et libérer du foncier pour l'aménagement d'un nouveau quartier avec lequel nous serions en interaction. Mon souhait serait que nous soyons plus ouverts sur l'extérieur, avec une zone



« Deux tiers des événements organisés à Luxexpo The Box, occupent une superficie d'environ 10.000 m<sup>2</sup> et se déroulent sur plusieurs jours, ce qui confirme notre position de leader incontesté et notre rôle prépondérant sur le marché des grands événements au Luxembourg. »

en libre accès, pour amener de la vie et faire en sorte que des publics très divers puissent se croiser chez nous, y compris les habitants du quartier. Il faudrait aussi créer des ponts et des synergies avec les infrastructures voisines, le centre commercial, le cinéma, les restaurants... Nous pourrions partager des accès, des parkings...

La décision sur la suite à donner à ce projet est entre les mains du gouvernement, de la Chambre de Commerce et de la Ville de Luxembourg. J'ai bon espoir qu'elle sera prise rapidement. —

03. La salle SIGMA et son écran géant immersif unique en Europe.



**Fernand Ernster**  
Président de la Chambre de Commerce  
Président de Luxexpo S.A.

« Luxexpo The Box participe au rayonnement du Luxembourg sur la scène internationale des affaires. »

### Quand et pourquoi la Chambre de Commerce est-elle devenue actionnaire de Luxexpo The Box ?

Dès 1953 et les prémices de Luxexpo (ce nom a été adopté en 2004, ndr), la Chambre de Commerce s'est associée aux autres chambres professionnelles et fédérations pour la création d'une entité permettant d'organiser des foires et expositions dans la capitale luxembourgeoise. Les foires permettaient aux entreprises du pays de montrer leurs produits et de démontrer leurs savoir-faire, à un public nombreux, venu de tout le pays et souvent d'au-delà des frontières. Cette vocation du lieu à promouvoir l'excellence de nos entreprises n'a jamais été démentie. La Chambre de Commerce a régulièrement augmenté sa participation au capital de Luxexpo The Box jusqu'à devenir majoritaire, avec aujourd'hui 57,4% des parts. Ce faisant, notre Chambre professionnelle jouait pleinement son rôle de soutien à l'économie et aux entreprises du pays. Plus tard, en 2020, la Chambre de Commerce a initié une nouvelle procédure d'augmentation de capital, à laquelle presque tous les actionnaires de Luxexpo The Box (*Ville de Luxembourg, BCEE, BIL... ndr*) se sont ralliés. Cette augmentation visait à donner au site les moyens de son ambition de rivaliser avec les lieux similaires des pays voisins en investissant dans des technologies de pointes, permettant d'agréments tout format d'événement à portée nationale ou internationale.

### Quelles sont les retombées de l'activité de Luxexpo The Box sur l'économie du Luxembourg ?

Pour le savoir, nous avons mandaté un cabinet d'experts indépendants en 2018 pour réaliser une étude d'impact économique. Celle-ci a révélé un impact total annuel en termes de chiffres d'affaires dépassant les 300 millions d'euros, soit 184 millions d'euros de transactions réalisées sur les événements et 122 millions d'euros de dépenses engagées par les exposants, les organisateurs et les visiteurs. L'impact social a été estimé à 2.800 emplois et l'impact direct et indirect en termes de recettes fiscales est également considérable. Ces résultats démontrent que Luxexpo The Box engendre des retombées économiques appréciables pour le Luxembourg. Au-delà des chiffres, avoir une infrastructure de cette taille et possédant des équipements de pointe, nous permet d'être connus et reconnus par les organisateurs d'événements internationaux et participe donc au rayonnement du Luxembourg sur la scène internationale des affaires, ce qui est bénéfique pour tout notre écosystème.



Plus d'informations :

<https://thebox.lu/>

# Startups

by Silicon Luxembourg

## CYBERSECURITY

### Nexten becomes ELITE-GROUP and launches Cyberr

Following a successful 700k euros raise, the tech recruitment platform has merged with UK-based Elite, to become ELITEGROUP. Together, they are launching Cyberr, a recruitment platform dedicated to the cybersecurity industry. Born out of the merger between Nexten.io and Elite, the newly launched Cyberr platform aims to connect high-level talent with leading organisations around the world, including in Luxembourg. "With this merger, we're proud to extend our reach into Luxembourg, further solidifying our commitment to growth and expansion in the recruitment sector," said Laurent Halimi, CEO of ELITEGROUP and Cyberr. Recording over 1000 registrations per day since its launch, Cyberr aims to position itself as a new way for companies to recruit cybersecurity professionals.

■ <https://www.siliconluxembourg.lu/nexten-becomes-elite-group-and-launches-cyberr-recruitment-platform/>

## ARXY FUTURE LAB

### Launching world-first interactive virtual showroom

Aimed at emerging designers and brands, Arxy's interactive virtual showroom offers countless possibilities for SMEs to connect and conduct business. Fashion's prohibitive costs not only break consumers' wallets but also hinder creativity in the industry by preventing up-and-coming designers from showcasing their newest collections. "Conventional fashion showrooms have always been constrained – they are expensive, geographically restricted, and limited in space," explains Meng Ji, founder of Arxy Future Lab and seasoned industry veteran. Arxy's virtual showroom aims to solve these challenges by offering a platform that connects SMEs and allows brands to tap into the global retail network without incurring travel costs.

■ <https://www.siliconluxembourg.lu/aryx-future-lab-launches-world-first-interactive-virtual-showroom/>

US-BASED PONY.AI

## Bring autonomous mobility to Luxembourg

Xavier Bettel, minister of Foreign affairs and Foreign trade, and Lex Delles, minister of Economy, SMEs, energy, and tourism have signed an agreement with Pony.ai, which intends to establish significant operations, including its European data center in Luxembourg.



Pony.ai, a world leader in autonomous driving technology is set to establish, among other things, a European center of excellence in R&D in Luxembourg. "We aim to bring to this partnership our cutting-edge AV technology, comprehensive training programs, and a commitment to establish a regional hub in Luxembourg as we continue our global expansion," said Pony.ai co-founder and CEO Dr. James Peng.

Signed during the first part of their working visit to California in the United States, this agreement aims to strengthen the company's capabilities within the European Union and to develop tailor-made solutions for European users. "We aim to make the Grand Duchy a pioneering European country in terms of autonomous driving," said Lex Delles, minister of economy, SMEs, energy, and tourism. Next to its R&D center, the company also plans to establish its sales, maintenance, and support operations in the Grand Duchy and to expand its European data center in Luxembourg, focusing on secure, efficient processing that complies with national and European requirements in the sector.

"There is synergy between Pony.ai's technical expertise and the government's national development strategies which aim to catalyze research and technological development, local job creation, skills development, and sustainable economic growth," said Xavier Bettel. ●

■ More info: <https://www.siliconluxembourg.lu/us-based-pony-ai-to-bring-autonomous-mobility-to-luxembourg/>

LETZAI

## Turning to Europe with the launch of V2

Luxembourgish artificial intelligence developer LetzAI has released a new version of its software and has made the service available to all countries in Europe.



LetzAI V2's biggest improvement is a greater quality of AI-generated images, consistency in objects, characters, and styles. Most notably, users can add their own photos to one large system and create their own models. This will be most useful to companies that want to ensure images align with their brand's guidelines as well as professionals in the art and design sphere.

While personal use is entirely possible, LetzAI is clearly targeting those whose vocation can involve generating AI images. "LetzAI is driven by a vision: We believe that AI has the potential to open up a whole new segment of Brand and Community Engagement," said Misch Strotz, CEO of LetzAI. This update's introduction was helped by a partnership with Luxembourgish AI & Cloud infrastructure provider Gcore. The company allowed LetzAI to train the newest version of its software using its Nvidia H100 GPUs ahead of the V2 launch. All image generations are now running on Gcore's infrastructure, which ensures that the platform can handle a higher volume of requests and maintain the requisite quality. During the update's development, LetzAI also made use of feedback from Mark Isle and Julie Wieland, prominent figures in the AI art scene.

Following this latest update, users from all over Europe will be able to get their hands on the Luxembourgish AI-generative software. As the company looks to the continent, the EU is also responding to the latest AI Act developments. ●

■ More info: <https://www.siliconluxembourg.lu/letzai-turns-to-europe-with-the-launch-of-v2/>

FABSTWINES

## A journey to redefining luxury wine

FabstWines is a community-driven platform that aims to redefine wine selection in the digital age. Founder and CEO Fabienne Stanitz tells us more about the startup's participation in Fit 4 Start, its recently launched MVP and its offline events.

Luxembourg's wine market is on the rise, fuelled by a growing preference for high-quality wines, boutique wineries, and an increasing interest in sparkling varieties. Founded in 2023 by Fabienne Stanitz, FabstWines is a rising star, helping people interact with fine wines in a new way. With a strong focus on building a global community of wine lovers and delivering exceptional experiences by bridging the gap between wine enthusiasts and winemakers, the company has taken significant strides in developing its brand and business model in recent months. •

■ For the full story, see here: <https://www.siliconluxembourg.lu/sipping-success-fabstwines-journey-to-redefining-luxury-wine/>

Fabienne Stanitz, CEO and founder of FabstWines



RSS-HYDRO

## The challenges of streamlining for commercialisation

RSS-Hydro is a recognised centre for R&D in the domain of geospatial and modelling intelligence. CEO and founder Guy Schumann discusses the challenges of balancing innovation and commercialisation and reveals that the company is participating in NVIDIA's Inception Program.

RSS-Hydro is working on innovative solutions that address challenges posed by natural disasters like flooding or wildfires. Its team - comprised of AI and GIS experts, hydrologists and remote sensing professionals - is led by Guy Schumann, who holds a PhD in geography, remote sensing and flood hydrology.

As Schumann explains, the company is run on two pillars: one is research and development, and the other is commercial products and services. He admits the company took a slightly different approach than most startups.

*"I never considered us a startup because we're probably growing more like a traditional company, more organically. But we are a startup in the sense that we push very hard on innovation,"* said Guy Schumann, CEO and founder of RSS-Hydro. The team prides itself on working with universities to take on students, some of whom take on a six-month placement and can write a thesis with them. Among their partners are the University of

Luxembourg, the Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST), and the ministry of economy.

But being a part of so many research projects can be a challenge for a for-profit company, and it's for this reason that Schumann says *"we need to streamline all that into one roadmap for the company to go commercial."* •

■ More info: <https://www.siliconluxembourg.lu/rss-hydro-the-challenges-of-streamlining-for-commercialisation/>

RSS-Hydro CEO and founder, Guy Schumann.



## SolarCleano: Joins 9m euros EU funded floating solar panel project

SolarCleano, a Luxembourg-based provider of PV robotics solutions, is 1 one of 16 partners that have joined the EU-funded BAMBOO project which aims to test and scale large-scale off-shore solar farms. The three-year BAMBOO (Building scAlable Modular Bamboo-inspired Offshore sOLar systems) project which began in January 2024 aims to resolve some of the current challenges for the rollout of large-scale offshore solar and their integration into new and existing wind farms. The EU is contributing close to 7m euros to the project whose costs are projected to amount to 9.2m euros. •

## Defence innovation: 13.8m euros R&D investment

Yuriko Backes, minister for Defence, Lex Delles, Economy minister, and Stéphanie Obertin, minister for Research and Higher education, launched a joint call for R&D projects in the field of defence. Luxembourg is ramping up its investments in defence innovation with a 13.8 million euros budget allocated from 2025 through 2027. This funding, spearheaded by the Directorate of Defence in collaboration with various ministries and research organisations, aims to bolster the country's research and development efforts, especially in areas with dual-use capabilities for civilians and military purposes. •

## Ilavska Vuillermoz Capital: Launching 60m euros climatetech fund

Formerly mainly targeting fintech companies, Ilavska Vuillermoz Capital's newly launched Climatetech fund will focus on early-stage EU-based ventures with tickets ranging between 650k euros and 4m euros. *"Having achieved notable success in our fintech investments, we seek to delve into a new sector that resonates with our and our LP's interests,"* says Laurent Hengesch, founding partner of IVC. The newly launched Climatetech Fund will be part of Ilavska Vuillermoz SCA SICAV RAIF and established under SFDR Article 8. IVC aims to raise 60m euros and plans for a first close in the summer of 2024. The investment focus will be on early-stage maturity in EU-based ventures. •

**Marie-Hélène Jobin**

Vice rector for partnerships and international relationships, University of Luxembourg

**"It's about leveraging our university as a tool for attracting and retaining talent."**

### What goals did you set for yourself in your new position?

This position was built to focus on two key concepts: partnerships and impact. Our goal is to improve the intake that we have through partnerships with top-of-the-line universities, building some Erasmus Mundus or other types of programs that bring the best talents to Luxembourg. One of the major tasks I've undertaken in the last months was to work on the intellectual property policy. We lacked an IP policy to protect the creators and also the interests of the university.

### How does the University of Luxembourg connect academia with industry?

We carry out research projects and have set up chairs with private companies and public partners, which solidifies our roots in the community of Luxembourg and ensures the University's relevance to its environment. We currently have 12 endowed research chairs, and others could be added soon. This is proof of the impact that the University has on its community and the added value that we bring to Luxembourg.

### What are your strategic plans for incorporating emerging technologies into education and research at the University of Luxembourg?

The University is also privileged to have state-of-the-art equipment and exceptional laboratories in several fields. We should also celebrate the fact that we create these technologies at the University. The challenge is to make the most of these technologies. This is the *raison d'être* of our priority project on IP policy to support the University's value creators and find the best ways of ensuring an impact on society and the scientific community and at the same time recognise the contribution of the creators.

■ For the full interview, see here: <https://www.siliconluxembourg.lu/leveraging-our-university-as-a-tool-for-attracting-and-retaining-talent/>

## ARSPECTRA

# From scale-up vision to augmented reality

In the heart of Europe's booming Healthtech sector, Luxembourg-based Arspectra, a pioneer in medical augmented reality (AR) glasses, embarks on a transformative journey as it joins the country's first national scale-up support program.

This occasion marks both a milestone and a challenge for Arspectra, as it readies itself to break into a growing market that could reach over 50bn euros.

Luxembourg is playing catch up with the growing digital Healthtech market in Europe. Expected to grow by 16% from 2023 to 2030, according to Statista's Digital Health Europe report, Luxembourg is throwing its hat into the ring by championing startups such as Arspectra, a medical augmented reality (AR) glasses company in the country's first national scale-up programme.

AR once shared a similar story with AI - lots of hype but little market penetration. However, just as AI turned the tables, AR companies are now getting closer and closer to hitting maturity with regard to product-market fit.

"AR was strongly hyped eight to nine years ago, had its peak and then stalled. Today, you can see that startups and larger players have figured out where AR has the biggest added value and that the market is moving up again," said Cédric Spaas, general manager at Arspectra.

In an era where Healthtech innovation maps the future of the industry, Luxembourg is eager to support the development of Arspectra's pioneering AR glasses, aimed at revolutionizing medical procedures in oncology and orthopaedics. "With our partners, we are targeting specific submarkets in the medical AR glasses field. If all would be mixed together, and considering multiple other key applications, I would expect that the future total market value has the potential to evolve to over 50bn euros," Spaas predicts.

Since its 2018 launch, Arspectra has moved beyond its initial vision, creating a diverse portfolio of AR medical devices poised for commercialisation across Europe and the US. "When launching Arspectra we had the vision of creating one original device. While developing that we were able to spin-off other versions for very interesting and novel applications," explains Cédric Spaas.

With a clear vision and a range of revolutionary medical AR glasses, Arspectra is not merely participating in Luxembourg's scale-up program: it is at the forefront of redefining healthcare through augmented reality and paving the way for the country's future Healthtech projects. ■

■ For the full story: <https://www.siliconluxembourg.lu/arspectra-from-scale-up-vision-to-augmented-reality/>

Cédric Spaas, general manager at Arspectra



# Silicon Luxembourg's Techie Night

For Techie Night #22, Silicon Luxembourg had the pleasure of partnering with the University of Luxembourg for their monthly tech event. The event was hosted at the University of Luxembourg, Belval bringing together around 60 tech students, developers, founders and corporate professionals. The event was kicked off with introduction words by Prof. Christophe Ley (Associate professor in Mathematics) about the University of Luxembourg, their contribution to the Startup Ecosystem and the MIDAS team. Dr Jack Hale (Research Scientist - Computational Mechanics) continued with a technical presentation on the Future frontiers in Computational Science and Engineering (CSE) and how they play a key role in addressing a multitude of important environmental and technological challenges.

■ For the full gallery, see here: <https://www.siliconluxembourg.lu/meetup-techie-night-17-university-of-luxembourg/>



## DATATHINGS



**FUNDING:** 1.4 m dollars  
(Source: Dealroom)

**YEAR OF ESTABLISHMENT IN LUXEMBOURG:** 2017

### FOUNDERS:

**Grégory Nain**

(head of operations)

**François Fouquet**

(head of tech and research)

Luxembourg's HPC provider, LuxProvide, and DataThings, a University of Luxembourg SnT spinoff company launched in 2017, aimed to leverage resources and know-how on both sides, ultimately to help businesses with their operational scaling up, with DataThings gaining access to MeluXina's processing power.

It was expected that GreyCat - DataThings' core technology, which promises performance through live data analytics and machine learning - would integrate with the supercomputer, allowing for the processing of much larger data sets.

While there have been some delays due to technical aspects, the partners are continuing to work closely together to resolve them. When the partnership reaches its full potential, it'll be a win-win: When it launched, DataThings anticipated that GreyCat could replace solutions like Oracle and others. The team spent the first three years creating references and applications for clients. Then, in 2020, with the investment of Paul Wurth and Encevo (the parent company of Creos, among others), DataThings was able to create products and produce software, going beyond just its servicing activities.

DataThings recently pitched their company in Silicon Luxembourg's infamous The Elevator series.

■ Watch the pitch in The Elevator series on <https://www.youtube.com/watch?v=4Jp3dFv3-o>



**FIND ALL THE LATEST NEWS ON:**

■ [www.siliconluxembourg.lu](https://www.siliconluxembourg.lu)

# Starting Blocks

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



Heidi Van Dyck

— ATHENA STUDIO —

## When design meets data

### Pitch your startup!

Over 80% of a fashion product's financial and environmental impact comes from decisions made during product development: material choice, supplier selection... Yet, this impact is not measured nor optimised for at this early stage. With athena studio, design meets data: through instant material and supplier recommendations, our platform turns every design into samples that meet brands' financial and sustainability targets. By designing with athena studio, brands unlock time savings, margin improvements and footprint reductions.

### Why Luxembourg?

Our co-founders were already based in Luxembourg and decided to incorporate athena studio here for three reasons: the central location, the international character and the startup friendly environment.

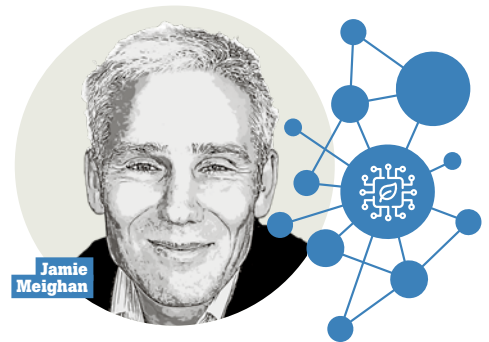
### What is the next step?

We are on a mission to grow athena studio into the fashion industry's leading platform for data-driven product optimization, and we are currently doubling down on business development to develop pilots with global brands.

### What change do you hope to create in the world?

At athena studio, we envision a fashion industry where products' profitability and environmental footprint are not just afterthoughts but are optimised for from inception. —

■ More info: [www.athenastudio.io](http://www.athenastudio.io)



Jamie Meighan

— UPLIFT360 —

## Delivering novel circular chemical recycling technologies

### Pitch your startup!

Uplift360 is a company developing and delivering novel circular chemical recycling technologies to divert waste and end of life composite materials away from landfill and incineration. We focus on the aerospace, space and defense sectors but our approach is applicable across many others including automotive and outdoor.

### Why Luxembourg?

Luxembourg's ambition is clear and operates at the intersection of innovation and support for startups, with a green and sustainable focus in defense. As a small nation, it is leading the delivery of true impact across the EU and globally.

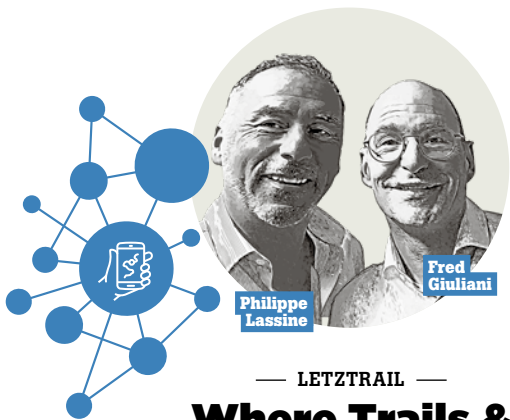
### What is the next step?

Growth. We will continue to build the team, and the technology, grow our revenue through solid strategic partnerships and seek to expand to other geography's.

### What change do you hope to create in the world?

We are driven by employing our technology to prevent natural resources from being exhausted, but we also seek to change people's behaviors and attitudes to bring about true seismic change. —

■ More info: [www.uplift360.tech](http://www.uplift360.tech)

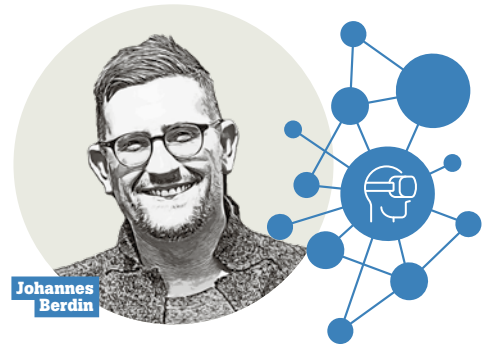


— LETZTRAIL —  
**Where Trails & Friends Meet**

Fondée en 2022 et hébergée au Luxembourg-City Incubator, l'entreprise LuxTechSystems propose avec LetzTrail un nouveau concept d'application outdoor tout en un pour offrir une expérience unique.

Cette aventure startup est née d'une passion commune : ses fondateurs, Philippe Lassine et Fred Giuliani, amoureux de la nature et du sport en extérieur, ont pour ambition de proposer une application mobile à la fois intuitive et fédératrice. L'application permet de découvrir, préparer et partager ses parcours en extérieur. Plusieurs activités sont représentées : vélo, VTT, Gravel, randonnée, course à pieds, ... LetzTrail permet aux commerçants de se positionner directement sur les parcours et d'être visibles de tous les utilisateurs. Grâce à une plateforme publicitaire intégrée, les commerçants peuvent cibler efficacement les utilisateurs de LetzTrail en fonction de leur emplacement, de leurs intérêts et de leurs comportements, offrant ainsi une visibilité maximale auprès d'un public cible. —

■ Pour plus d'informations : [info@letztrail.com](mailto:info@letztrail.com)



— URBAN TIME TRAVEL —  
**Rendre l'histoire attrayante**

La startup Urban TimeTravel, créée en 2017 par Johannes Berdin et trois co-fondateurs, hébergée au Luxembourg-City Incubator, et spécialisée en réalité virtuelle.

Son objectif est de rendre l'histoire plus attrayante et mémorable en donnant vie à notre patrimoine culturel et en offrant une expérience touristique unique animée par de nouvelles technologies. Après avoir exploré les sites anciens de la ville de Luxembourg, Urban Time Travel s'est consacrée à l'histoire mouvementée de la région de Esch-Belval en partenariat avec le projet Esch 2022. Lors d'un circuit en bus associé à la réalité virtuelle (VR), les passagers se plongent dans l'histoire insolite de la région et découvrent la commune de Sanem et la ville d'Esch-sur-Alzette sous un jour totalement nouveau. Sous les lunettes VR la localité est perçue sous son ancienne apparence et les voyageurs sont témoins des événements qui s'y sont déroulés. —

■ Pour plus d'informations : [www.urbantimetravel.com](http://www.urbantimetravel.com)

# Success Story

## Osman et Fatima Mamilov

gérants, Crocus Quest Game

*« En tant que joueurs expérimentés,  
nous avons visité et testé un grand  
nombre de salles. »*





# Entrez dans le jeu !

TEXTE Catherine Moisy  
 PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Les *escape games* trouvent leur origine au Japon au début des années 2000. Un certain Toshimitsu Takagi y fut le créateur du premier jeu vidéo consistant à résoudre des énigmes afin de pouvoir sortir d'une salle et passer au niveau suivant. En 2007, une société japonaise a fait évoluer le concept en proposant les premières *live escape rooms* où les joueurs pouvaient se mettre en scène dans des salles à thème grandeur nature. Ces salles remportèrent un grand succès et se répandirent dans le reste de l'Asie avant d'arriver en Europe, par l'est du continent... jusqu'au Luxembourg où le concept est apparu au milieu des années 2010. Aujourd'hui à la tête de la plus grande salle du pays -700 m<sup>2</sup>, 13 jeux différents, pouvant recevoir jusqu'à 100 personnes en même temps - Osman et Fatima Mamilov, ont transformé en activité professionnelle leur goût pour ces jeux de logique.

————— **Pouvez-vous nous dire comment vous est venue l'idée de créer un *escape game* au Luxembourg ?**

**Fatima Mamilov :** Quand nous avons créé Crocus Quest en 2017 à Hollerich, ni moi ni Osman n'avions déjà travaillé dans ce secteur. Avant notre rencontre, Osman vivait à Moscou et moi au Luxembourg. Après notre mariage, nous sommes allés vivre à Moscou où nous avons vécu cinq ans. Osman y travaillait dans le secteur de la construction. Pour ma part, j'étais manager clients dans un centre français d'enseignement des langues qui proposait des cours de français et d'anglais ainsi que des cours de russe destinés aux expatriés. Quand nous sommes revenus ici, nous nous sommes installés à Arlon. Nous voulions créer une affaire et avons constaté qu'il y avait peu d'offres de divertissements comparativement à Moscou, grande ville qui vit jour et nuit et où il y avait déjà à l'époque environ 500 salles d'*escape game*. Comme Arlon était trop petit pour ouvrir un tel lieu, nous avons commencé à nous intéresser au Luxembourg.

**Osman Mamilov :** Nous avons trouvé un local au loyer abordable à Hollerich. Il s'agissait d'un sous-sol dans un immeuble voué à la démolition. Donc nous savions que nous devrions quitter les lieux assez rapidement mais cela nous a permis de nous lancer.

**F.M. :** Osman en avait fait un super lieu et notre première salle a vu le jour, un jeu de braquage dans lequel nous étions figurants. C'était hyperréaliste. Les clients étaient ravis, impressionnés par cette ambiance d'immersion totale. Surtout qu'à cette époque, les *escape games* étaient encore



«*Nous sommes très vite passés d'énigmes à résoudre à la possibilité de vivre une histoire.*»

peu connus. Du coup, les premiers clients en ont parlé autour d'eux et ce bouche-à-oreille a été très efficace pour nous faire connaître.

**Cette activité nécessite une mise de départ importante pour le loyer, le matériel, les décors, les accessoires... Avez-vous réalisé une étude de potentiel avant de vous lancer ?**

**F.M. :** Nous n'avons pas réellement fait d'étude de potentiel mais en tant que joueurs expérimentés, nous avons visité et testé un grand nombre de salles car, meilleur joueur on est, plus on recherche de la nouveauté et de la sophistication. En arrivant ici, nous avons visité ce qui existait et nous avons constaté que la dimension technologique, très présente à Moscou, était absente ici. Cela représentait un bon potentiel de différenciation. Nous avons aussi fait le constat que ce marché n'était pas encore vraiment exploité et que le public se renouvelle fréquemment au Luxembourg grâce aux mouvements de population. Nous avons d'emblée voulu proposer une offre très qualitative et nous sommes très vite passés d'énigmes à résoudre à la possibilité de vivre une histoire.

**O.M. :** C'était quand même un peu aventureux, c'était un pari mais nous y étions prêts car nous souhaitions créer notre propre entreprise et lancer une activité de divertissement dans laquelle la dimension « accueil du public » serait importante. Cette perspective me réjouissait personnellement car je ne l'avais pas connue dans mon métier précédent. Par contre, j'avais toutes les compétences pour réaliser moi-même une grande partie des aménagements.

**Qui conçoit les scénarii des jeux ? À quelle fréquence faut-il les renouveler ?**

**F.M. :** C'est nous qui inventons les jeux. C'est la partie créative de notre métier. Nous sommes toujours en train de noter des idées et de recueillir du *feedback* auprès des clients. Nous discutons beaucoup, nous nous disputons un peu aussi parfois. Et finalement le scénario prend forme, un peu comme pour un film. Ensuite, il faut voir comment le réaliser sur le terrain. Cette

dimension « fait maison » est très appréciée des clients. Ce sont des histoires qu'ils ne voient pas ailleurs. Quand on constate que le taux de réservation d'une salle est en baisse, c'est le signe qu'il faut la renouveler mais cela signifie aussi de nouvelles dépenses.

**O.M. :** En moyenne, une salle a une durée de vie de 5 ans, pour 6 mois de travaux. Beaucoup de gens qui ont l'idée de construire leur propre salle viennent nous demander conseil et beaucoup se rendent compte alors que c'est moins facile que ça en a l'air.

**F.M. :** Ce qui est difficile, c'est de maintenir une qualité constante, surtout quand on commence à grandir et à déléguer l'animation des jeux. Il faut recruter des gens hypermotivés et quasi autant impliqués que nous le sommes nous-mêmes. Les *game masters* (maîtres de jeu) jouent un rôle très important dans le ressenti des clients. Il leur faut beaucoup de psychologie pour sentir le degré d'aide qu'ils doivent apporter. Certaines équipes aiment être guidées, d'autres pas du tout. Le personnel doit adapter son service à chaque profil et c'est sur cela que le client va nous apprécier et décider s'il a envie de revenir.

**D'où viennent vos clients ?**

**O.M. :** Notre public vient de presque toute la Grande Région. On nous connaît jusqu'à Metz en France et Bastogne en Belgique. Nous avons de la demande d'Allemagne mais nous ne proposons pas encore nos jeux en allemand. Ceux-ci existent en français, anglais et luxembourgeois. Les Allemands ont donc un peu peur de ne pas tout comprendre alors qu'en fait, la plupart des énigmes ne font pas appel à la lecture de textes mais plutôt à des déductions logiques d'observation.

**F.M. :** Nous avons aussi parfois une clientèle qui vient de beaucoup plus loin. Les joueurs assidus bougent pour leur passion et cherchent des salles même loin de chez eux, organisent des voyages dédiés. C'est ainsi que nous avons eu des Parisiens ou des gens de Bruxelles, voire de plus loin. Il existe des guides qui répertorient les salles.





01

**Et en termes de profil, qui sont vos clients ?**

**F.M. :** C'est assez équilibré entre la clientèle privée et celle des entreprises. La cible la plus régulière est celle des 25-45 ans. Du fait que nous sommes maintenant situés dans un quartier d'affaires, nous accueillons presque chaque soir de la semaine des *team buildings* ou des *afterworks*. Nous avons visé la Cloche d'Or exprès pour être au cœur d'un des quartiers d'affaires les plus dynamiques de la ville et pour éviter aux clients de devoir faire un long trajet entre leur bureau et nous, aux heures de pointe. Les gens peuvent aussi décider de venir faire une partie sans réservation, parce que le fait de passer devant notre porte leur en donne l'idée.

**O.M. :** C'est une clientèle qui était demandeuse pour un espace de restauration sur place. C'est pour cela que nous avons ouvert il y a trois semaines notre Crocus café. Mais c'est un nouveau métier pour nous, que nous devons encore apprendre.

**F.M. :** Les week-ends, la clientèle est plus familiale et les gens viennent célébrer chez nous des occasions spéciales, des anniversaires, enterrements de vie de jeune fille ou garçon... Nous avons même mis en scène quelques demandes en mariage, avec apparition spectaculaire de la bague intégrée dans un scénario de jeu !

**Est-ce une activité saisonnière ?**

**F.M. :** Nous avons cru que ce serait le cas mais en fait, l'activité marche bien toute l'année, avec certaines variations. Aux beaux jours et en période de vacances scolaires, les gens viennent plutôt en semaine. En hiver, ce sont plutôt les week-ends qui sont complets. Le nombre de *team buildings* d'entreprise baisse un peu en été mais cela est compensé par la clientèle des familles et des touristes. Nous sommes en effet bien référencés sur les sites qui listent les activités disponibles au Luxembourg. On note une légère baisse d'activité fin mai - début juin

*«La cible la plus régulière est celle des 25-45 ans.»*

**01.** Le nouveau Crocus Café, dispose d'une agréable terrasse et d'un espace intérieur. Il offre une sélection de plats et de boissons, disponibles pour les joueurs mais aussi pour les habitués du quartier.

**02.** La pièce principale abrite l'espace intérieur du Crocus Café et donne accès à toutes les portes menant aux différents jeux. On y trouve également un espace commun destiné à accueillir les anniversaires ou les activités de *team building* de sociétés.

«Les joueurs assidus voyagent pour leur passion et cherchent des salles, même loin de chez eux.»

car c'est la période où les jeunes préparent leurs examens. En revanche, de novembre à fin février, nous n'avons pas le temps de souffler. C'est la plus grosse période avec toutes les fêtes d'entreprise pour la fin d'année ou la nouvelle année.

#### Quand et pourquoi avez-vous ajouté des jeux en réalité virtuelle ?

**O.M. :** Nous avons proposé ces jeux dès notre première salle à Hollerich car c'était nouveau et aussi pour pouvoir proposer une plus grande gamme de jeux sans trop devoir investir dans les décors, sachant que nous devons déménager peu de temps après.

#### Quelle part de votre activité, cela représente-t-il ?

**F.M. :** Les clients viennent ici en priorité pour les jeux en réel. Mais le virtuel commence à bien progresser quand même. Nous proposons de la réalité virtuelle en libre déplacement, dans un grand espace. Les joueurs ne sont pas contraints par des câbles. Ils ont juste un masque et des manettes. Et ils se retrouvent dans un ailleurs, avec leurs copains ou leurs collègues, sous forme d'avatars qui reproduisent exactement leurs gestes. Le résultat est très impressionnant. C'est beaucoup plus fort qu'un simple jeu vidéo. Moi-même qui étais un peu réticente au départ, je me suis laissée séduire.

#### Comment est la concurrence dans votre secteur ?

**O.M. :** Pour l'instant, l'offre n'est pas encore très développée au Luxembourg. Il y a nous et deux autres salles, aménagées dans des maisons particulières. Deux autres acteurs ont cessé leur activité à cause de la crise Covid et depuis, il n'y a pas eu de nouvelle ouverture. La concurrence est plutôt positive, elle contribue à renforcer la notoriété de cette activité de loisir.

**F.M. :** Il faut dire que les loyers et les emplacements que l'on nous propose ne sont pas toujours adaptés à notre activité. Les centres commerciaux par exemple, qui se montrent souvent intéressés par notre activité, devraient nous considérer comme des



créateurs de trafic et adapter les loyers en conséquence. De plus, ils sont fermés les soirs et les dimanches alors que ce sont justement les horaires où nous travaillons le plus.

#### L'escape game est un loisir relativement cher. Comment vos tarifs sont-ils fixés ?

**O.M. :** Les tarifs se justifient car c'est une activité qui nécessite de l'espace. Chacune de nos salles fait environ 50 m<sup>2</sup> et nous en avons 6, plus l'espace de restauration, la salle de réalité virtuelle, celle des quiz, etc. Ensuite, il y a beaucoup d'équipements électroniques pour faire tout fonctionner et créer des effets spéciaux. Puis il y a les charges de personnel car il faut un *game master* dans chaque salle. Il faut ensuite compter les frais de réparation et de renouvellement du matériel... Nos charges sont donc importantes.

**F.M. :** La grande majorité des clients juge nos tarifs tout à fait acceptables. Mais il est vrai que pour des étudiants ou des familles nombreuses, cela peut sembler cher. Maintenant que nous avons davantage de salles opérationnelles et que nous constatons des plages horaires plus creuses en journée et en semaine, nous allons réfléchir à faire des promotions qui pourraient intéresser de nouveaux publics.

#### Comment faites-vous la promotion de votre lieu ?

**F.M. :** Comme nous l'avons dit, le bouche-à-oreille est très efficace et c'est sans doute notre meilleure publicité. Son équivalent électronique, les avis que les clients postent sur des sites comme Trip Advisor, fonctionnent très bien aussi. Nous investissons quand même dans de la publicité payante sur Google, Facebook et Instagram. Et nous faisons des opérations promotionnelles avec certains médias, sur une base d'échange. Nous l'avons fait avec l'Essentiel (radio et

journal) qui a organisé des concours pour gagner des entrées chez nous ; ou avec RTL dans le cadre d'une émission en luxembourgeois sur le thème « *que faire cet été au Luxembourg ?* ». Cette opération a beaucoup contribué à attirer la clientèle luxembourgeoise. Nous avons aussi fait un partenariat avec Kinepolis lors des sorties des films Harry Potter car nous avons une salle sur ce thème...

#### Vous avez ouvert votre premier espace peu avant le Covid. Quel impact a eu cette crise sur votre activité ? Avez-vous retrouvé votre chiffre d'affaires ?

**F.M. :** Il se trouve que trois mois avant le Covid, nous avons programmé notre déménagement de Hollerich vers notre local actuel de la Cloche d'Or. Nous avons donc profité de la fermeture imposée pour aménager notre nouveau local. Nous avons même vécu dedans avec nos trois enfants, durant le confinement. Mais c'était compliqué financièrement car nous cumulions deux loyers. Certains prédisaient à cette époque que ce serait la fin des *escape games*. Il est vrai que dans nos jeux, il faut manipuler des objets et que c'est difficile d'aérer nos salles, etc.

**O.M. :** En principe, nous prévoyons un quart d'heure de battement entre deux équipes dans une salle pour tout remettre en ordre mais là, il fallait tout désinfecter. Alors nous avons simplifié les décors des salles et avons enlevé beaucoup d'objets. Et nous avons profité de cette période plus calme pour investir dans deux nouvelles salles – dont celle du Seigneur des anneaux – et pouvoir proposer quelque chose de nouveau pour la réouverture.

**F.M. :** Et les clients ont été au rendez-vous ! Nous avons réussi à nous bâtir une solide réputation entre 2017 et la fermeture forcée de 2020 et, après quelques mois compliqués, les gens avaient une très grande



**03. 04.** Les jeux sont tous décorés avec un réalisme saisissant, offrant aux joueurs une expérience authentique et immersive (ici, l'univers d'Harry Potter et celui de la banque).

**05.** Crocus Quest propose également un *Quiz Game* qui transporte les participants dans l'atmosphère dynamique d'un plateau de télévision. 4 à 12 joueurs peuvent jouer simultanément, avec une animation interactive et pleine d'humour assurée par Quizy.

**06.** Les jeux en réalité virtuelle permettent une liberté de mouvement totale dans une grande pièce dédiée. Les joueurs sont équipés d'un casque et de manettes sans fils.

**07.** Les escape rooms classiques sont des aventures interactives où les joueurs doivent résoudre une série d'énigmes et de casse-têtes complexes pour progresser dans l'histoire et s'échapper de la pièce. Ces salles sont conçues pour créer une atmosphère mystérieuse et immersive, avec des décors détaillés et des scénarios captivants.

envie de recommencer à sortir, à s'amuser et à se retrouver. Les réseaux sociaux nous ont aidé à faire savoir que nous avons rouvert, avec des nouveautés. Le bouche-à-oreille a fait le reste. Finalement, nous avons eu deux années plus difficiles mais nous avons maintenant un très beau local avec un effet «waouh» garanti!

**Quels sont vos défis actuels?**

**F.M. :** Le premier est de garder un très haut niveau de qualité tout en nous adaptant aux challenges d'une entreprise qui grandit. Nous n'avons plus le temps de travailler nous-mêmes sur les jeux, sauf le dimanche, jour de repos de nos employés. Or, nous avons de plus en plus de clients et cela nécessite d'engager du personnel, de le former et de suivre son travail, ce qui est un défi permanent. Il faut un mois ou deux avant qu'un nouveau collaborateur soit vraiment opérationnel.

**O.M. :** Notre nouveau défi est de développer la partie café, qui est un nouveau métier pour nous. Or, il y a une vraie demande dans ce quartier de bureau. Il n'est pas nécessaire de venir jouer pour prendre une consommation ou un repas, c'est donc une vraie diversification pour nous. Nous allons ouvrir une petite terrasse et nous avons commandé des drapeaux pour signaler le café et renforcer sa notoriété.

**F.M. :** Un troisième objectif est de retravailler certains de nos tarifs pour élargir la clientèle familiale. Nous aimerions développer

les anniversaires d'enfants.

**Est-ce difficile de trouver du personnel?**

**F.M. :** Au début, nous avons commis quelques erreurs car nous étions novices en recrutement. Les horaires décalés ne sont pas faits pour tout le monde. Par exemple, une femme avec enfants ne restera pas longtemps. Un jeune qui aime sortir avec ses copains sera vite frustré de devoir travailler quand les autres s'amuse. Il faut être très clair dès le départ sur ces contraintes et faire prendre conscience de ce que cela implique pour la vie privée. À un moment, je voulais proposer des mi-temps pour que les candidats aient du temps pour eux. Mais en fait, nous avons trouvé des personnes à qui les horaires 14h-22h conviennent très bien car cela leur permet d'éviter le trafic et les bouchons. Et nous avons ainsi constitué une équipe fidèle.

**Quels sont vos projets pour l'avenir de l'entreprise?**

**F.M. :** Nous constatons qu'il y a une demande pour les enfants de 8 à 12 ans. Nos salles actuelles sont plutôt adaptées à un public à partir de 12 ans. Il se trouve que la commune de Differdange nous a approchés et nous a même proposé un local pour développer une offre pour enfant. Nous allons donc réfléchir à un nouveau concept qui serait le maillon manquant entre les aires de jeu *indoor* et les jeux de réflexion. Il faut allier l'éducatif et le physique. Nous allons

aussi intégrer des projections sur les murs. Nous devrions être prêts en juillet.

Et puis nous avons un rêve, celui de développer un véritable centre de loisirs grand format pour adultes et enfants.

**Et si la mode des escape games passe?**

**O.M. :** Je ne pense pas que l'activité va disparaître, mais par contre, il faudra sans cesse se moderniser pour maintenir l'intérêt. Et puis nous pouvons nous diversifier dans d'autres types de divertissements. Il faut que nous gardions un œil sur tout ce qui se fait de nouveau et que nous imaginions des choses autour des nouvelles technologies. —

*«C'est nous qui inventons les jeux. C'est la partie créative de notre métier.»*



**Plus d'informations:**

<https://crocus-quest.com/>

Retrouvez l'ensemble des articles Success Story en scannant le QR Code.

# Success Story

## Sylvain Boucherat

General manager,  
Party Shop



# Que la fête commence !

TEXTE Catherine Moisy  
 PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Quand on aime faire la fête ou que l'on doit organiser un événement pour une occasion spéciale, il est une adresse incontournable au Luxembourg : Party Shop et ses 10.000 articles, du plus petit sticker au plus grand château gonflable, en passant par un étage entier de déguisements et costumes, des articles de décoration, des petits cadeaux d'invités... Le tout avec des conseils et de la bonne humeur ! Nul doute, c'est là que la fête commence ! Sylvain Boucherat a créé ce paradis des accessoires de fête en 2011, après avoir déjà lancé plusieurs autres activités novatrices au Luxembourg, dans le même domaine, attestant d'un vrai penchant pour les moments festifs en tous genres : soirées, kermesses, anniversaires, crémaillères, enterrements de vie de célibataires, galas, inaugurations...

## ————— Quelle est l'histoire de la création de Party Shop ?

Avant de venir m'installer au Luxembourg, j'avais fait une première carrière de cinq ans au Club Méditerranée, enseignement de tourisme bien connue pour ses animations. À mon arrivée au Luxembourg, j'ai d'abord géré un bar à vin pendant quelque temps, puis j'ai souhaité créer une agence d'événementiel mais je me suis vite rendu compte que, quand vous êtes nouveau dans le pays et que les clients potentiels ont déjà leurs fournisseurs, c'est très difficile de percer. J'ai donc décidé de proposer quelque chose qui n'existait pas : une agence d'événement pour enfants. Ce fut la création d'Animakids, en 2005. Par la suite, après avoir effectué plusieurs voyages aux États-Unis, j'ai ramené un autre concept qui n'existait pas encore au Luxembourg, la livraison de ballons et de bouquets de ballons. Les ballons sont une vraie alternative aux fleurs. Ils sont autorisés à l'hôpital, par exemple, alors que les fleurs y sont bien souvent proscrites. Ils peuvent faire des décors de fêtes spectaculaires à peu de frais. L'activité Luxballoon a donc bien démarré. C'était en 2007. Avec ce concept, j'ai été finaliste du concours CYEL (*Creative Young Entrepreneurs Luxembourg, ndr*) où j'ai remporté un coup de cœur du jury. Quelques années plus tard, en 2011, j'ai fait le constat qu'il n'existait pas de magasins spécialisés en accessoires de fête et déguisements. Il y avait bien quelques rayons de grandes surfaces à l'assortiment limité et quelques loueurs de costumes mais pas de spécialistes. J'ai donc créé le magasin Party Shop où l'on trouve tout ce dont on peut rêver

**« J'aime créer des choses.  
 J'avais prévu d'ouvrir  
 sept magasins. »**





**« Il faut réussir son lancement. Après, les clients savent où vous trouver. »**

**01.** Le magasin Party Shop du quartier gare à Luxembourgville propose quelque 10.000 références de produits de fête, pour tous les besoins festifs et à tous les prix.

pour agrémenter une fête, quelle que soit sa thématique. Nous proposons même de nous occuper des animations et de trouver des artistes.

**Quand et comment la décision d'ouvrir un deuxième magasin a-t-elle été prise ?**

En 2013, j'ai rencontré le directeur du centre commercial de Junglinster, Pierre Friob, qui n'était autre que le fils de Norbert Friob qui m'avait mentoré quelques années plus tôt. Je cherchais un endroit pour développer un concept *do it yourself* de doudous et peluches pour les enfants. Pierre a été séduit par l'idée et m'a proposé un local où j'ai finalement proposé mon assortiment de fête et installé ma fabrique de doudous dans un *corner*. Junglinster était une ville intéressante car elle avait beaucoup de potentiel. Elle possédait de nombreux terrains où allaient se construire des logements et elle a accueilli le premier lycée international

public du pays, de quoi attirer des familles, notamment d'expatriés, une bonne clientèle cible pour nous. De plus, un emplacement dans un centre commercial est toujours bon car il y a un trafic naturel et les clients bénéficient d'un parking. Mes intuitions se sont avérées bonnes. Nous avons à Junglinster une clientèle fidèle, et internationale.

**Vous avez aussi un eShop. Apporte-t-il des ventes complémentaires ?**

Nous avons ce eShop quasiment depuis le début. Mais il faut savoir qu'un site de vente en ligne nécessite énormément de temps, donc des ressources en personnel. Par exemple, pour bien mettre en ligne un produit, entre les photos et l'ensemble des informations à indiquer, il faut environ 40 minutes. De plus, un site web doit évoluer en permanence, au gré des nouvelles technologies et de l'évolution des habitudes des internautes pour rester attractif. Cela devient vite un poste de coûts important.





01



02



03



04



05

02. 03. 04. 05 Une large sélection de décorations et d'accessoires permet de thématiser tout type d'événements : anniversaires, crémaillères, baptêmes, soirées entre amis, et bien d'autres...

D'autant qu'à la gestion du site, s'ajoute la gestion des livraisons. Quand on n'est pas un professionnel de la vente en ligne, avec possibilité d'automatiser certaines tâches, les emballages et l'envoi sont bien souvent manuels et cela aussi prend beaucoup de temps, difficile à trouver quand le magasin physique tourne bien. C'est assez onéreux aussi car la petite logistique de livraison est chère au Luxembourg. Le site est donc finalement un service supplémentaire pour les clients qui nous connaissent déjà, souhaitent passer une commande et se faire livrer. Nous avons cependant le projet de le faire évoluer et de concentrer son offre sur les produits de grands volumes et de valeurs que l'on peut difficilement exposer en magasin et sur les produits à petits prix que les clients commandent en grande quantité. Ainsi, son utilisation sera rentable.

**Le fait que votre magasin de Luxembourg-ville ne soit pas situé dans une**

**rue commerçante est-il un problème ?**

Pas tant que cela. Ce qu'il faut, c'est réussir son lancement. Après, les clients savent où vous trouver. Quelques mois avant l'ouverture, nous avons recouvert la vitrine de stickers géants annonçant notre arrivée. Nous avons choisi soigneusement la date de l'inauguration pour qu'elle corresponde à une période creuse en événements à Luxembourg et, pour inviter la presse, nous avons mis les invitations dans des ballons livrés par porteurs dans chaque rédaction. Cela nous a valu quelques beaux articles. Nous avons aussi parlé de l'ouverture à nos clients d'Animakids et de Luxballoon, dont beaucoup sont venus voir sur place. Nous avons aussi la chance d'être entourés d'entreprises et de lycées qui assurent un certain passage devant notre vitrine, car nous sommes sur le chemin de la gare.

**Vous bénéficiez en effet d'une vitrine particulièrement large. C'est un vrai atout ?**

Une grande vitrine, c'est toujours bien pour un commerce. Mais cela ne fait pas tout et dans notre cas, notre grande vitrine a souffert récemment des multiples travaux qui se sont enchaînés dans les environs immédiats et ont généré beaucoup de poussière et l'impossibilité pour les passants d'utiliser le trottoir pendant des mois. Les travaux du quartier nous ont beaucoup impactés. D'abord le tram même si nous ne sommes pas directement sur son parcours, puis les travaux de réseaux pendant lesquels le trottoir était complètement inexistant ou

*«Luxembourg a encore beaucoup de potentiel pour accueillir de nouvelles idées car peu à peu, avec sa population grandissante, la ville prend vraiment sa dimension de capitale européenne.»*

impraticable, puis la Cité de la Sécurité Sociale juste en face de notre magasin et maintenant le nouveau complexe immobilier voisin. À terme, nous aurons un beau quartier et de nouveaux clients mais en attendant, cela fait plusieurs années que notre commerce souffre d'un manque d'accessibilité, d'une baisse de passage dans la rue et de nuisances diverses telles que la poussière et le bruit. Nous avons même eu l'enseigne arrachée par un camion ! Les petites structures comme la nôtre n'ont pas toujours connaissance des aides auxquelles elles ont droit pour compenser des périodes difficiles comme celles-là et les démarches à faire sont souvent complexes et longues. Or, nous n'avons pas de ressources à allouer à ces démarches. En plus des travaux, il y a eu ensuite le Covid et maintenant l'inflation. Il ne faut pas être trop fragile pour arriver à traverser toutes ces difficultés.

**Pouvez-vous nous parler de la clientèle des entreprises que vous servez également. Que viennent-elles chercher chez vous ?**

C'est très variable en fonction de la nature de leur activité. Il y a les bars et restaurants qui ont besoin de faire de l'animation pour créer une belle ambiance et attirer les clients. Beaucoup font appel à nous pour décorer leurs lieux. Par exemple, le restaurant Um Plateau nous sollicite chaque année afin de décorer le restaurant aux couleurs noir-jaune-rouge pour la fête nationale belge... Il y a les magasins qui se lancent ou qui veulent événementialiser leur point



**06. 07.** On trouve également chez Party Shop un vaste choix de ballons de toutes formes, tailles et couleurs, adaptés à diverses occasions et qui font merveilles pour créer des décors.

de vente pour une occasion, un anniversaire ou un événement commercial. Pour les décors éphémères, les ballons sont très efficaces et nous avons rajouté depuis peu la vente de décors en papier. Et puis, il y a les entreprises qui organisent des événements et qui ont besoin d'agrémenter une thématique avec des accessoires pour les participants, des petits cadeaux souvenirs... Dans les fêtes professionnelles, les thématiques sont très précieuses pour briser la glace et désinhiber les participants.

#### L'activité est-elle saisonnière ?

Tout au long de l'année, il y a des événements privés. Les ventes de ballons ne sont pas saisonnières non plus. Par contre, les déguisements se vendent surtout pour Halloween, les carnivals et en décembre pour les fêtes d'entreprise, donc durant les mois d'hiver. D'où l'intérêt d'avoir une offre diversifiée.

#### Quels sont les facteurs clés de succès d'une activité comme la vôtre ?

Je dirais que la première chose est le bon endroit au bon moment. Être précurseur donne un avantage certain. Luxembourg a encore beaucoup de potentiel pour accueillir de nouvelles idées car peu à peu, avec sa population grandissante, la ville prend vraiment sa dimension de capitale européenne. Pour les commerces, le choix du lieu d'implantation est primordial et le bon endroit ne sera pas le même pour tout le monde. Cela

dépend de ce que l'on vend, des horaires d'ouverture, de la clientèle que l'on vise, etc. La présence de parking ou de transport en commun est également à étudier. Pour mes clients par exemple, venir acheter un déguisement ou des petits accessoires en transport en commun est tout à fait envisageable mais pour venir chercher des décors ou même un bouquet de ballons, mieux vaut venir en voiture. Pour les magasins physiques, la qualité de l'accueil et du service est aussi absolument incontournable car nous subissons la concurrence d'internet. Il faut donc que l'expérience d'achat soit vraiment très agréable. À ce propos, je voudrais souligner la qualité, la gentillesse et le professionnalisme de mes collaborateurs et de leur responsable Marion. Ils servent nos clients au quotidien et sont indispensables à notre réussite.

#### Comment découvrez-vous les nouveautés à avoir absolument dans l'assortiment ?

Depuis des années, je me rends dans plusieurs salons. Ensuite, j'entretiens de très bonnes relations avec mes fournisseurs et ils m'informent très régulièrement des nouveautés. La difficulté est de faire les bons choix car, au Luxembourg, nous sommes au milieu de trois cultures. Par exemple, les Schtroumpfs sont très en vogue en Allemagne en ce moment, mais pas ailleurs. Pour les déguisements, les personnages de série ont de plus en plus de succès, mais les séries appréciées ne sont pas les mêmes

partout. Nous devons donc nous tenir au fait des modes et des nouveautés dans ce domaine, que ce soit pour les adultes ou les enfants, car les écoles et les crèches s'inspirent également de l'univers télévisuel pour choisir les thèmes de leurs fêtes.

Vu le multiculturalisme du pays, il faut avoir de tout, dans toutes les gammes de prix mais nous ne pouvons pas tout avoir en stock. La solution est de passer des commandes sur mesure en fonction des demandes mais pour être sûrs d'avoir les bonnes quantités dans chaque taille, il faut anticiper et l'anticipation n'est plus trop dans les habitudes des clients. À l'avenir, nous allons utiliser le site internet pour proposer des articles en complément de ce que nous pouvons présenter en magasin. Cela multipliera les choix disponibles.

#### Quels sont vos principaux défis actuels ?

Les petites structures comme la mienne font face à beaucoup de défis en permanence. Dans la période que nous vivons, où les crises s'enchaînent, la trésorerie doit faire l'objet d'une attention constante. Nous en avons besoin pour investir dans la modernisation du magasin, pour remplacer les éclairages par des Leds par exemple, mais dès que nous sommes dans une crise, que la clientèle baisse ou que les charges augmentent, l'équilibre est fragilisé, la trésorerie également et nous sommes obligés d'avoir recours au crédit pour nos projets de développement. Mais alors, un autre



**08. 09.** Au sous-sol du magasin, un étage entier est consacré aux masques et costumes. Enfants et adultes peuvent y trouver une grande variété de déguisements, ainsi que des accessoires et du maquillage pour compléter les tenues.



défi intervient, celui du financement. Nous ne pouvons pas répercuter les hausses de nos charges sur nos prix si nous voulons rester compétitifs, surtout vis-à-vis des sites de vente en ligne. Or, pour rester dans la course, on ne peut pas arrêter d'investir. Parfois, il faut pouvoir investir vite pour saisir une opportunité mais sans financement, c'est très compliqué. Pour résumer, les principaux freins au développement que nous rencontrons, sont les difficultés de trouver du personnel qualifié, les charges salariales qui ne cessent d'augmenter, le prix du foncier et donc des locaux commerciaux et enfin la difficulté à trouver du soutien auprès des banques. Nous, commerçants, avons parfois l'impression d'être un peu oubliés, que tous les égards sont plutôt dirigés vers les startups technologiques au détriment de l'économie réelle que nous représentons et qui est absolument nécessaire également dans un pays en croissance, avec une population qui grandit. Nous jouons un rôle important pour le bien vivre des habitants.

**Vous êtes multi-entrepreneur. Que pensez-vous de l'écosystème entrepreneurial du pays et de la façon dont les entrepreneurs sont accompagnés ?**

J'aime créer des choses. J'avais prévu d'ouvrir sept magasins. Mais à cause des difficultés que je viens de décrire, cela sera plus long que prévu. Il y a de bonnes initiatives au Luxembourg, comme la House of Entrepreneurship par exemple. Il y a aussi des aides

mais nous manquons de temps et d'informations simples et concrètes pour en tirer le plus d'avantages possible. Cette complexité est dommageable. Il ne faut pas décourager l'entrepreneuriat car, à l'horizon 2030, beaucoup d'affaires seront à reprendre. Les générations qui nous suivent nous ont vus énormément travailler sans que notre rôle dans la réussite économique du pays soit toujours reconnu à sa juste valeur. Je pense qu'il devrait y avoir plus d'entrepreneurs parmi les politiques pour avoir des idées concrètes, vraiment utiles pour nos petites entreprises. J'ai deux idées par exemple qui nous aideraient très concrètement. On pourrait imaginer un système de *cashback* fiscal. Si une entreprise paye très régulièrement ses charges, ses impôts et ses taxes sur une période donnée, contribuant ainsi aux finances publiques, une partie de ces sommes pourrait lui être redistribuée à partir d'un certain seuil pour l'aider à investir ou à passer une période difficile. L'autre idée serait de créer une sorte de *hotline* qui recueillerait nos difficultés et les remonterait directement au gouvernement pour trouver des solutions en concertation.

**« Vu le multiculturalisme du pays, il faut avoir de tout, dans toutes les gammes de prix mais nous ne pouvons pas tout avoir en stock. »**

**Quels sont vos souhaits pour l'avenir de l'entreprise ?**

J'espère vraiment pouvoir ouvrir de nouveaux magasins. Je voudrais également explorer les possibilités offertes par les réseaux sociaux et les nouvelles technologies en soutien des lieux de vente physiques. Par ailleurs, je souhaiterais faire monter en gamme nos assortiments et supprimer les références qui ne sont pas assez rentables. Enfin, nous allons rénover notre magasin historique de Hollerich et y intégrer un espace où l'on pourra recevoir les clients sur rendez-vous pour conceptualiser des offres complètes autour de leur événement. Outre l'assortiment du magasin, ces offres comprendront la location de matériel et le service d'un décorateur. —



■ Plus d'informations :

🔗 <https://www.partyshop.lu/fr/>

Retrouvez l'ensemble des articles Success Story en scannant le QR Code.

# Meet our Members



— LUXPORT GROUP —

## Un groupe aux multiples facettes

TEXTE Corinne Briault

PHOTOS C. Briault (01, 02, 05, 06) et Luxport Group (03, 04)

Luxport Group est actif depuis plus de 50 ans sur le port luxembourgeois de Mertert. Il peut offrir des solutions logistiques multimodales adaptées aux multiples besoins de ses clients. Grâce aux différentes entités qui le composent, le groupe est présent également à Trèves en Allemagne avec Lorang GmbH et en France à Metz avec MMS. Au travers de sa filiale Luxport, il dispose d'un centre logistique avec un réseau ferroviaire et routier et peut effectuer chargements et déchargements des marchandises (allant du sable jusqu'aux produits métalliques ou en béton) sur camions et wagons grâce à un parc de machines modernes. La société Lorang permet au groupe d'offrir une solution de stockage et de transports sur mesure. Enfin, au travers de ThesiLux, le groupe peut proposer directement sur le port de Mertert dans ses halls spécialisés, des travaux de soudure, de sablage et de poses de revêtements anticorrosion sur des palplanches, des poutrelles, des composants de grue ou d'autres éléments en acier, aux dimensions hors normes d'une longueur de plus de 30 mètres et d'un poids supérieur à 30 tonnes. Entretien avec Gilles Braquet, CEO.

(Visite du 26 février 2024).



02



03



04



05



06

01. (De g. à dr.) Carlo Thelen, directeur général, Chambre de Commerce; Jil Brimaire, Logistics Development advisor, Cluster for Logistics Luxembourg; Gilles Braquet, CEO, Luxport; Daniel Köhl, directeur Cluster for Logistics Luxembourg et Paul Winter, managing director, Lorang.

02. 03. 04. 05. 06. Présent et actif depuis plus de 50 ans sur le port luxembourgeois de Mertert, Luxport Group, au travers de ses différentes entités, peut offrir des solutions logistiques multimodales adaptées aux multiples besoins de ses clients.

### Votre plus grande réussite ?

Je préfère parler d'une multitude de petites réussites qui font notre fierté, comme le fait que nous travaillions sur des pièces qui sont utilisées dans le monde entier. Notre savoir-faire «made in Luxembourg», notamment sur les palplanches ou les poutrelles, se retrouve sur des pièces exportées sur des chantiers aux États-Unis, en Inde, ou encore en Arabie saoudite. Notre travail est une vraie marque de qualité reconnue à l'international.

### Un échec marquant ?

Ce n'est pas un échec en tant que tel, mais un constat plus global, que, par ailleurs, beaucoup d'entreprises peuvent faire. Nous n'avons pas porté une attention assez marquée à la durabilité ces dernières années et nous devons faire maintenant des changements, parfois radicaux, dans nos manières de travailler. C'est un échec dans le sens où nous aurions peut-être dû effectuer ces changements par étapes au cours des dernières décennies.

### Des projets à venir ?

Clairement nous sommes désormais engagés pleinement dans la transition énergétique. Nous avons récemment acquis un premier camion électrique. Cela nous amène à une réflexion plus globale sur toute l'organisation de

nos transports et l'optimisation de nos flux, de nos modes de transports, et la multimodalité pour offrir à nos clients de meilleures solutions alliant les meilleurs coûts possibles à une empreinte carbone réduite. Puis, nous souhaitons que la région Moselle reste attractive au niveau fluvial. Plusieurs options de développement en termes de dimensions et de quantités de transport sont actuellement à l'étude dans ce sens. Enfin, nous essayons de nous projeter dans le futur et nous analysons les possibilités de transport d'hydrogène *via* nos différentes solutions logistiques.

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

En premier lieu, le portefeuille de services que nous pouvons offrir à nos clients, allant de notre infrastructure multimodale, au transbordement, aux différentes solutions de transports en passant par l'entreposage, ou nos activités de soudures ou traitements de surfaces. Nous disposons d'une large gamme d'activités complémentaires regroupées sous un même giron pour une offre quasi globale sur la chaîne logistique.

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

C'est savoir où l'on veut aller, avoir une vision,

collaborer avec les différentes parties pour construire le futur. Savoir être agile et s'adapter pour ne pas être pris au dépourvu et échanger avec les gens pour prendre le pouls du marché afin de rester compétitifs.

### Un conseil à donner à un entrepreneur en herbe ?

Rester ouvert aux gens et aux changements. Ne pas hésiter à prendre conseil auprès d'entrepreneurs plus expérimentés, partager ses points de vue et ses expertises avec d'autres chefs d'entreprise. Jeunes et anciens peuvent s'apprendre beaucoup de choses mutuellement en travaillant ensemble.

### Quelles difficultés rencontrez-vous actuellement ? Comment les surmonter ?

Avec la situation du marché et le manque de visibilité sur le long terme, on peut dire qu'on navigue un peu à vue. Le secteur de la construction tourne au ralenti et cela impacte certaines de nos activités. Actuellement, il faut être très flexible et savoir s'adapter rapidement. Et pour cela, il faut aussi avoir une bonne assise financière afin de pouvoir rebondir au cas où certaines activités sont plus impactées que d'autres. —

# Meet our Members



01

— GENAVEH —

## Alexandra et la chocolaterie!

**TEXTE** Corinne Briault

**PHOTOS** Anouk Flesch

L'histoire de Genaveh pourrait s'apparenter à cette célèbre réplique du personnage du film *Forrest Gump* : « *la vie c'est comme une boîte de chocolats, on ne sait jamais sur quoi on va tomber...* ». Ayant débuté sa carrière dans l'univers de la banque et de la finance, rien ne prédestinait, en effet, Alexandra Kahn à diriger une chocolaterie. Fondée en 2005 par Geula Naveh, la maison Genaveh, reconnue pour la qualité de son chocolat dans tout le Grand-Duché (et même au-delà) depuis des années, cherchait un repreneur après la disparition de sa fondatrice. En reconversion dans la pâtisserie, Alexandra Kahn décide de saisir l'occasion et, en 2017, elle reprend les rênes de la chocolaterie. La maison prend alors une nouvelle dimension, et se démarque par sa modernité, la qualité et la gourmandise de ses produits. Sous la houlette de sa jeune cheffe d'entreprise passionnée, Genaveh régale les gourmands avec des chocolats généreux, et élabore à chaque saison de nouvelles recettes aux saveurs inédites. Les créations sont confectionnées à la main dans l'atelier historique situé à Steinfurt, avec un cacao d'excellence, d'origine écoresponsable, ce qui vaut à la maison d'être fournisseur de la Cour depuis 2022. Entretien avec Alexandra Kahn, directrice.

(Visite du 29 mars 2024).



02



03



04



05



06

**01.** (De g. à dr.) Carlo Thelen, directeur général, Chambre de Commerce ; Alexandra Kahn, directrice Genaveh et Kelly Xintara, Legal advisor, Chambre de Commerce.

**02. 03. 04. 05. 06.** Reprise en 2017 par Alexandra Kahn, la chocolaterie a pris une nouvelle dimension et régale les gourmands avec des créations originales et savoureuses et des recettes inédites à chaque saison.

### Votre plus grande réussite ?

La reprise de la chocolaterie. J'ai vraiment trouvé ma voie. C'est ma passion, ce que je voulais faire.

### Un échec marquant ?

Je n'ai pas connu d'échec retentissant, plutôt des petites déconvenues, mais, elles m'apprennent toujours quelque chose. Je pense que cela fait partie du parcours normal de tout entrepreneur !

### Des projets à venir ?

Toujours ! Nous faisons continuellement un travail de recherche et de développement pour créer de nouvelles choses. Nous cherchons toujours à innover et nous avons de jolis projets à venir.

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

Énormément de choses ! Nous sommes labellisés « made in Luxembourg » et nous y tenons beaucoup. Nous revendiquons nos valeurs d'artisanat local. Nous sommes très fiers de produire des chocolats de luxe, sans

« chichi », de faire du très haut de gamme, mais sans prétention. Ce qui nous distingue également, c'est un service client impeccable, nous sommes toujours à l'écoute et proches de nos clients et cela se ressent dans nos chocolats !

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

Entreprendre, c'est foncer, se donner les moyens de réussir et y aller, même si on est conscient que le chemin emprunté ne sera pas toujours facile. C'est aussi et surtout savoir bien s'entourer, avoir une équipe sur laquelle on peut compter et avoir une vision commune.

### Un conseil à donner à un entrepreneur en herbe ?

Comme je l'ai dit précédemment, savoir bien s'entourer. Sur le plan professionnel, c'est primordial, j'ai eu la chance ici de pouvoir compter sur l'équipe. Aujourd'hui, nous sommes plus de 20 personnes, comme une petite famille soudée. Sur le plan personnel, c'est aussi important. L'entreprise fait partie

du quotidien de celui qui la dirige, 24 h/24 tous les jours de l'année, et il est impératif que l'entourage le comprenne et soit un soutien.

### Quelles difficultés rencontrez-vous actuellement ? Comment les surmonter ?

Les coûts de personnel et de nos matières premières qui augmentent. Nous ne pouvons pas tout répercuter sur les prix de nos produits, donc nous baissons nos marges. C'est compliqué, mais nous n'avons pas vraiment la solution pour faire autrement car nous ne voulons ni baisser la quantité ni la qualité des matières premières que nous utilisons pour la fabrication de nos chocolats. —

# Meet our People



*«Je me sens toujours dans mon élément»*

## Romain Mancinelli

*a intégré le service Immeuble de la Chambre de Commerce en novembre 2022, pour y occuper le poste de Logistics Officer, Facility & Property Management aka Event Manager.*

**Un mot pour vous définir ?**  
Solutionneur.

**D'où venez-vous ?**

Ma mère est belge, mon père est italien, mon passeport est luxembourgeois.

**Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?**

Après une année à la Chambre de Commerce, tout m'a marqué. Cet immeuble avec tous ses chemins secrets, les milliers de visiteurs que nous accueillons tous les jours, les centaines de collaborateurs multiculturels super-gentils et agréables et l'ambiance familiale qui règne dans les rencontres du personnel.

**Votre meilleur souvenir professionnel ?**

Le sourire des «clients» lorsqu'on trouve une solution à leurs dé(s)lir(e)s.



**Pourquoi faites-vous ce métier ?**

Ayant grandi dans une famille de forains/restaurateurs, je me sens toujours dans mon élément quand j'organise des événements. Quel que soit l'événement, je me vois toujours comme Geppetto qui façonne une belle marionnette et l'aide à faire ses premiers pas pour qu'elle devienne un être vivant et joyeux durant une soirée très animée.

**Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?**

Dire NON... enfin essayer!

**Votre dernière recherche sur internet ?**

Comment écrire Geppetto ou Gepetto ou Gepeto ou Geppeto !!!!

**Un mot pour vous définir ?**  
Curieuse.

**D'où venez-vous ?**

Franco-allemande, j'ai grandi à Luxembourg.

**Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?**

Le climat de travail très international à Luxembourg qui se reflète dans notre équipe et à la Chambre de Commerce de manière générale.

**Votre meilleur souvenir professionnel ?**

Une rencontre avec la délégation québécoise au Forum Incyber (FIC) à Lille.

**Pourquoi faites-vous ce métier ?**

Diplômée en affaires internationales et ayant eu une expérience professionnelle en conseil aux entreprises, je souhaitais allier ces deux domaines et avoir un poste axé sur l'international. Cette ouverture sur le monde à la Chambre de Commerce me passionne.

**Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?**

Apprendre des langues étrangères et faire usage de celles-ci dès qu'une occasion se présente.

**Votre dernière recherche sur internet ?**

Nexus 2050.



## Alissa Doerr

*est arrivée à la Chambre de Commerce en novembre 2023, dans le département Affaires internationales, où elle est conseillère en affaires internationales et gestionnaire du Business Club France-Luxembourg.*

*«Une ouverture sur le monde...»*



## Charles-Edouard (Charly) Petit

*a rejoint la cellule audiovisuelle du département Marketing & Communication de la Chambre de Commerce le 01 janvier dernier, en tant qu'Audiovisual Content Creator.*

*«Mettre en lumière le monde qui m'entoure»*

**Un mot pour vous définir ?**  
Créatif.

**D'où venez-vous ?**

Né en Normandie, j'ai grandi au Luxembourg, poursuivi mes études supérieures en Belgique, pour finalement revenir travailler dans mon pays d'adoption, le Luxembourg.

**Ce qui vous a le plus marqué durant l'année écoulée ?**

L'amour et le partage. Je me suis fiancé, j'ai eu l'honneur d'être choisi en tant que parrain d'un petit Léon pour la première fois et pour couronner le tout, je suis tonton d'une petite Charlotte.

**Votre meilleur souvenir professionnel ?**

Rejoindre l'équipe de mon père chez Fundsquare et lire la fierté dans ses yeux avant d'intégrer la Chambre de Commerce.

**Pourquoi faites-vous ce métier ?**

Pour pouvoir mettre en lumière le monde qui m'entoure à travers mon prisme de réalité.

**Le meilleur conseil que l'on vous a donné ?**

De ne jamais perdre mon âme d'enfant pour ne pas étancher ma créativité.

**Votre dernière recherche sur internet ?**

Un tuto YouTube pour une spécificité d'AfterEffects.



A background image showing silhouettes of business professionals in a meeting, overlaid with a semi-transparent white box containing text. The scene is set against a city skyline at sunset or sunrise, with a large globe graphic in the upper left.

**HIGH-LEVEL KEYNOTES  
THEMATIC WORKSHOPS  
MEETINGS WITH MARKET ADVISORS  
INFORMATION STANDS  
NETWORKING**

# **GO INTERNATIONAL DAY**

24 JUNE 2024

**INTERESTED TO GO INTERNATIONAL?**  
Scan the QR code and register now



# In the Spotlight



— 19 MARS 2024 —

# Remise des Diplômes et des Certificats de l'Apprentissage: 494 lauréats pour la promotion 2023

PHOTOS Michel Zavagno / Agence Blitz

La Chambre de Commerce, la Chambre des Salariés et le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse, ont organisé 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 domaine social et éducatif. 494 lauréats se sont vu remettre leurs certificats en présence de S.A.R. le Grand-Duc Héritier, Claude Meisch, ministre de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse et Georges Mischo, ministre du Travail. Les certificats de la «Promotion du Travail» ont été décernés à 34 lauréats qui se sont distingués par leurs efforts notables.



01



03



07



02



08



09

01. • 12. Lors de son discours de bienvenue, Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce (photo 04), a félicité les lauréats pour leur remarquable réussite et a souligné que l'apprentissage est une voie solide et prometteuse pour acquérir les compétences précieuses recherchées par les entreprises. Nora Back, présidente de la Chambre des Salariés (photo 05), a souligné l'importance de la formation continue dans le contexte de la double transition écologique et digitale. Le ministre Claude Meisch (photo 07) a chaleureusement félicité tous les lauréats, tout comme S.A.R. le Grand-Duc Héritier (photo 06) qui a encouragé tous les lauréats : «Ayez le courage de prendre des risques, de sortir des sentiers battus et de remettre en question ce qui semble convenu. Restez curieux, ayez soif de découvrir de nouvelles choses et ne cessez jamais de vous perfectionner». S.A.R. le Grand-Duc Héritier et le ministre Georges Mischo (photo 03) ont remis les certificats de la «Promotion du Travail» aux lauréats ayant excellé lors de leur formation et obtenu des résultats exceptionnels.

La Chambre de Commerce gère actuellement près de 2.020 contrats d'apprentissage, auprès de plus de 785 entreprises et autres structures accueillant des apprentis. Cette dynamique «WinWin» assure un avenir concret aux jeunes talents et permet aux entreprises formatrices d'accéder à une main-d'œuvre répondant à des besoins spécifiques.

— 16 AU 18 AVRIL 2024 —

## Les entreprises en visite d'État au Royaume de Belgique

Sur invitation de LL.MM. le roi et la reine des Belges, LL.AA.RR.

le Grand-Duc et la Grande-Duchesse ont effectué une visite d'État au royaume de Belgique. Une importante délégation économique, composée de représentants de plus de 125 entreprises actives dans les secteurs de l'économie circulaire, des énergies renouvelables, des technologies de la santé, des finances, du tourisme, de la (cyber-)sécurité, de la défense et de la coopération spatiale, a également participé à cette visite, qui était non seulement l'occasion de consolider les partenariats déjà existants depuis longtemps, mais aussi de mettre à l'honneur des nouveaux secteurs de coopération et de stimuler le progrès et l'innovation.

**PHOTOS** Charly Petit (02, 03, 05, 06, 07, 08, 11, 13);

SIP / Jean-Christophe Verhaegen (01, 04, 09), Emmanuel Claude (10)



01



04



05



02



03



06



07



08



09



10



11



13

**01.** > **12.** Le programme officiel a débuté par une cérémonie d'accueil officiel sur la place des Palais où LL.AA.RR. le Grand-Duc et la Grande Duchesse ont accueillis par LL.MM. le roi et la reine des Belges. En soirée, un banquet d'Etat s'est déroulé au château de Laeken, principal lieu de résidence du souverain belge, en présence notamment du Premier ministre Luc Frieden, du Vice-Premier ministre, ministre des Affaires étrangères et du Commerce extérieur, ministre de la Coopération et de l'Action humanitaire, Xavier Bettel, du ministre de l'Economie, des PME, de l'Energie et du Tourisme, Lex Delles, et de la ministre de la Défense, ministre de la Mobilité et des Travaux publics, ministre de l'Egalité des genres et de la Diversité, Yuriko Backes.

La deuxième journée, la délégation a participé au Forum économique *Thriving Connections: Belgian-Luxembourg Economic relations*. Des discours ont été prononcés par le directeur général de la Fédération des entreprises de Belgique (FEB), Pieter Timmermans, le président de la Chambre de Commerce luxembourgeoise, Fernand Ernster, la ministre belge Hadja Lahbib et le ministre Xavier Bettel. La délégation s'est ensuite rendue au North Sea Port, l'un des dix plus grands ports de mer d'Europe, puis dans l'entreprise Anglo Belgian Corporation (ABC) Engines, spécialisée dans la fabrication de moteurs puissants à hydrogène et hybrides pour les secteurs du transport maritime et de l'énergie. A Alost, les participants ont visité Jan De Nul Group, l'un des plus grands acteurs mondiaux dans le domaine du dragage. Le 18 avril, S.M. le roi des Belges et S.A.R. le Grand-Duc se sont rendus à la base aérienne de Meisbroek, où est stationnée l'unité binationale A400M intégrée au 15<sup>e</sup> Wing de transport aérien de la Défense du royaume de Belgique. Le Luxembourg et la Belgique coopèrent étroitement dans le domaine de la défense depuis des années. A Liège, notamment à l'Université de Liège, la délégation a assisté à un séminaire sur les défis de sécurité et de défense dans et depuis l'espace visant à réunir des partenaires belges et luxembourgeois des écosystèmes de l'espace, de la cybersécurité et de la défense afin de mettre en lumière des projets communs et de rechercher de nouvelles opportunités de coopération.

— 12 - 15 MARS 2024 —

## MIPIM : une édition 2024 marquée par un contexte difficile

Malgré la crise touchant le secteur immobilier, plus de 21.000 participants se sont retrouvés au MIPIM à Cannes autour des 2.300 entreprises exposantes, confirmant le rôle incontournable de cet événement pour l'écosystème immobilier mondial. Le Luxembourg était bien représenté avec près de 375 participants et 150 entreprises exposantes, dont 13 (Agora, Banque de Luxembourg, Banque Internationale à Luxembourg, Drees & Sommer, DSM Avocats à la Cour, Hauck Aufhäuser Lampe, ICN Development, ING, LANDIMMO REAL ESTATE, LEKO LABS, LuxAirport, l'Ordre des Architectes & Ingénieurs-Conseils et la Ville de Luxembourg) sur le pavillon national mis en place par la Chambre de Commerce qui était présente pour la 17<sup>e</sup> année consécutive au salon, dont la thématique phare portait sur les solutions de logement durable ( *Housing Matters* !).

PHOTOS Chambre de Commerce



**01. 02. 03. 04. 05.** Temps fort de la participation luxembourgeoise au MIPIM, la traditionnelle réception officielle organisée sur le Pavillon National le 13 mars 2024 a rassemblé cette année plus de 200 représentants du secteur immobilier. L'occasion pour Fernand Ernster, président de la Chambre de Commerce, et Lydie Polfer, Bourgmestre de la Ville de Luxembourg et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce (photo 01), de rappeler la forte résilience de l'économie luxembourgeoise et de ses acteurs économiques face aux récentes crises internationales et d'appeler l'écosystème luxembourgeois à poursuivre, ensemble, ses travaux pour l'amélioration de la qualité de vie au Luxembourg. En marge du MIPIM, de nombreux événements de networking étaient organisés afin de favoriser les échanges dans un cadre convivial.



— 6 - 7 MARS 2024 —

## Les Entrepreneurs' Days planchent sur la place de l'IA dans l'entrepreneuriat

La House of Entrepreneurship a accueilli les Entrepreneurs' Days, mettant en lumière l'impact de l'intelligence artificielle sur l'entrepreneuriat. Avec plus de 240 participants, l'événement a offert des workshops lors desquels des experts ont partagé leurs connaissances sur les implications et les impacts de l'IA dans le quotidien des entreprises. Cette édition était également l'occasion de partager des moments d'interaction et de networking permettant ainsi de créer des opportunités de connexion et de compréhension des enjeux actuels.

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

01. 02. 03. Au cœur des Entrepreneurs' Days, des experts de qualité ont pu partager leurs connaissances sur la manière dont l'IA transforme l'univers entrepreneurial. L'événement a offert une immersion dans des thèmes variés et les discussions ont porté sur des sujets qui ne touchaient pas seulement aux aspects techniques de l'IA. Les participants ont pu explorer les implications du RGPD pour les entreprises utilisant l'IA et ont débattu des enjeux écologiques et sociétaux liés à cette technologie émergente. Cette édition a également mis en lumière le European AI Innovation Package, initiative clé de la Commission européenne soutenant le développement de l'intelligence artificielle respectueuse des normes de l'Union européenne au sein des entreprises.



— 01 MARS 2024 —

## Renforcer les relations commerciales

Sur invitation de LL.AA.RR. le Grand-Duc et la Grande-Duchesse, le président de la République tchèque, Petr Pavel, et son épouse Eva Pavlová ont effectué une visite d'État au Luxembourg du 29 février au 1<sup>er</sup> mars 2024. Le couple présidentiel était accompagné d'une délégation comprenant une trentaine d'entreprises tchèques. Le 1<sup>er</sup> mars, le président de la République tchèque et S.A.R. le Grand-Duc ont été reçus à la Chambre de Commerce par le ministre de l'Économie, des PME, de l'Énergie et du Tourisme, Lex Delles, le président de la Chambre de Commerce, Fernand Ernster, et le directeur général de la Chambre de Commerce, Carlo Thelen pour un Business Forum visant à approfondir les relations économiques bilatérales.

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz

01. 02. 03. Dans son discours d'ouverture, le président de la Chambre de Commerce du Luxembourg, Fernand Ernster, s'est félicité de l'opportunité d'échanges entre les entreprises des deux pays. S.E. Petr Pavel a évoqué les valeurs communes qui unissent les deux pays, tant sur le plan culturel qu'économique. Le vice-président de la Chambre de Commerce tchèque, Radek Jakusbyk, a souligné le fort potentiel de coopération dans les domaines de l'espace et de la cybersécurité. Le forum a également été l'occasion de signer un Memorandum of Cooperation (MoC) entre la Chambre de Commerce du Luxembourg et la Chambre de Commerce de la République tchèque.



## Index

## A,B,C

A beautiful Green **\_38**  
 Accenture **\_22**  
 ACC **\_56**  
 Agence de l'Union européenne pour les chemins de fer (ERA) **\_22**  
 Agence eSanté **\_42**  
 Agence pour le développement de l'emploi (ADEM) **\_36**  
 Aguiar Mark **\_44**  
 Albalux **\_12**  
 ALD Automotive / Leaseplan **\_07**  
 Alimentation Couche-Tard Inc/Circle K **\_07**  
 Allegrezza Serge **\_60**  
 All Eyes On Me (AEOM) **\_18**  
 AlphaOmega **\_18**  
 Alstom **\_22**  
 ALTERNATIVES **\_62**  
 Amazon **\_76**  
 Animakids **\_94**  
 Apple Podcast **\_38**  
 Arendt Hannah **\_44**  
 Arspectra **\_84**  
 Arxy Future Lab **\_82**  
 Arys Group **\_22**  
 Ateliers du Tricentenaire **\_07**  
 Atoz Tax Advisers **\_20**  
 Auchan **\_12**  
 Ayvens **\_07**  
 Backes Yuriko **\_66, 83**  
 Bamolux **\_38**  
 Banque Centrale Européenne (BCE) **\_64**  
 Banque Havilland **\_38**  
 Banque Internationale à Luxembourg (BIL) **\_18, 81**  
 Banque mondiale **\_62, 67**  
 BASF **\_56**  
 Batiself **\_10**  
 Battin **\_07**  
 Baumert Tom **\_32**  
 BCEE **\_81**  
 Becker Julie **\_20**  
 Behiels Thierry **\_44**  
 Belle Étoile **\_08, 40**  
 Belval Plaza **\_44**  
 Berna Marc **\_42**  
 Bettel Xavier **\_82**  
 BGL BNP Paribas **\_08**  
 Biden Joe **\_60, 64**  
 Biewer Théo **\_32**  
 BlackRock **\_14**  
 Bodry Sven **\_16**  
 Boehringer **\_56**  
 Boucherat Sylvain **\_94**  
 Braquet Gilles **\_100**  
 Brimaire Jil **\_100**  
 Béliier Géraldine **\_32**  
 B'Est **\_44**  
 CACEIS **\_18**  
 Cactus **\_07, 10**  
 Café du Cœur Fairtrade Bruno **\_07**  
 Cargolux Italia **\_18**  
 Cargolux **\_18, 32**  
 Caritas Buttek **\_36**  
 CDCL **\_38**  
 Centre Commercial Cloche d'Or **\_88**  
 Centre commercial Le carrousel **\_10**  
 CFL Cargo **\_22**  
 Chambre de Commerce **\_24, 25, 26, 36, 58, 60, 66,**

**68, 72, 74, 76, 100, 102**  
 Chambre des Métiers **\_24, 40**  
 ChatGPT **\_72**  
 Chenu Alain **\_44**  
 Chesneau Véronique **\_44**  
 Claro Sandra **\_32**  
 Club Méditerranée **\_94**  
 Cluster for Logistics Luxembourg **\_100**  
 Codic **\_44**  
 Comité Olympique et sportif luxembourgeois (COSL) **\_36**  
 Commission européenne **\_22, 70, 72**  
 Comodo **\_08**  
 Conseil national des Finances Publiques **\_26**  
 Conseil Économique et Social **\_26**  
 Creditsimmo.lu **\_16**  
 Creos **\_85**  
 Crocus Quest Game **\_88**  
 Croix-rouge Buttek **\_36**  
 Cryopôle **\_06**  
 Cushman & Wakefield **\_44**  
 Cyberr **\_82**

D,E  
F,G

da Palma Ferramacho Antonio **\_66**  
 DataThings **\_85**  
 Deezer **\_38**  
 Delles Lex **\_60, 82**  
 Demuth Claude **\_36**  
 De Nicolo Virginie **\_06**  
 De Sellier Jacques **\_42**  
 Detaillé Michèle **\_36**  
 Deveco Sustainability **\_20**  
 DFKI **\_56**  
 Di Giambattista Mariella **\_16**  
 Disney Walt **\_44**  
 DLA Piper **\_20**  
 Domaine Thermal de Mondorf **\_48**  
 Dondelinger Patrick **\_53**  
 Dubois Christian **\_44**  
 Dumazedier Joffre **\_44**  
 Dyrehavsbakken **\_44**  
 Eang Sousana **\_42**  
 Edebex **\_18**  
 Elite Group **\_12, 82**  
 Emmer Martine **\_44**  
 Encevo **\_85**  
 Environmental Finance **\_20**  
 Ernster Fernand **\_81**  
 Eurochambres **\_60**  
 Europe Enterprise Network (EEN) **\_72**  
 Eurostat **\_62**  
 FabstWines **\_83**  
 Facebook **\_88**  
 Federation for Recruitment, Search & Selection (fr2s) **\_38**  
 FEDIL **\_26, 36, 38**  
 FeelGreen **\_08**  
 FMI **\_58, 60, 70**  
 Foire Internationale de Luxembourg **\_76**  
 Fondation Alphonse Weicker **\_36**  
 Fondation APEMH, association de parents d'enfants mentalement handicapés **\_54**  
 Fondation de Luxembourg **\_42**  
 Fondation du Grand-Duc et de la Grande-Duchesse **\_7, 36**  
 Fondation Hëllef fir d'Natur **\_07**  
 Fondation Idea asbl **\_70**

Fondation Jeunes Scientifiques Luxembourg **\_42**  
 Fondation Restena **\_36**  
 Fonds Kirchberg **\_08**  
 Fontagné Lionel **\_60**  
 Forson Richard **\_32**  
 Fouquet François **\_85**  
 Foursastié Jean **\_44**  
 Foyer **\_16**  
 Frieden Luc **\_40**  
 Friob Norbert **\_94**  
 Friob Pierre **\_94**  
 Fédération Nationale des Commerçants Forains (FNCF) **\_53**  
 Félix Giorgetti **\_06**  
 Gavroy David **\_08**  
 Gcore **\_14, 18, 82**  
 Genaveh **\_102**  
 Gerin Noelle **\_24**  
 Goebels Alain **\_08**  
 Gomes Antonio **\_18**  
 Goodyear **\_20**  
 Google **\_88**  
 GO TO Freedom **\_38**  
 Gregor Julia **\_08**  
 GridX **\_06**  
 Gromy Morgan **\_76**  
 Grossfeld PAP **\_16**  
 Groupe Aventura **\_24**  
 Guichet.lu **\_25**

## H,I,J

Hale Jack Dr. **\_85**  
 Halimi Laurent **\_82**  
 Hansen Martine **\_40**  
 Hansen Romain **\_20**  
 Hary Charles **\_53**  
 HEC Liège **\_26**  
 Heinrichs Catherine **\_24**  
 Hengesch Laurent **\_83**  
 Herpin Nicolas **\_44**  
 Hesperide **\_10**  
 Hoffmann André **\_36**  
 HORESCA **\_25**  
 House of Automobile **\_66**  
 House of Entrepreneurship **\_25**  
 House of Startups **\_72**  
 House of Sustainability **\_24**  
 House of Training **\_30, 36, 38**  
 Hurst Erik **\_44**  
 Hôpitaux Robert Schuman **\_42**  
 Ilavska Vuillemoz Capital **\_83**  
 Immobil **\_08**  
 IMS **\_38**  
 INCERT GIE **\_28**  
 INDR **\_24**  
 Instagram **\_88**  
 Institut européen pour l'égalité entre les genres (EIGE) **\_62**  
 Institut Luxembourgeois de Régulation (ILR) **\_36**  
 Institut national de la statistique et des études économiques (STATEC) **\_44, 58, 60**  
 INTERTRUST **\_16**  
 IVC **\_83**  
 Jangled nerves **\_32**  
 Japan Aerospace Exploration Agency (JAXA) **\_74**  
 JEL **\_40**  
 Ji Meng **\_82**  
 Jobert Loïc **\_30**  
 Jobin Marie-Hélène **\_84**



**K,L  
M,N**

Kahn Alexandra [\\_102](#)  
 Kilogram [\\_12](#)  
 Kinopolis [\\_88](#)  
 King Vincent [\\_18](#)  
 Kodansha [\\_75](#)  
 Koepp François [\\_25](#)  
 Kohl Daniel [\\_100](#)  
 Kremer Luc [\\_24](#)  
 KSB [\\_56](#)  
 Lagarde Christine [\\_64](#)  
 Lalux [\\_24](#)  
 Lamberty Stéphanie [\\_12](#)  
 Laurent Dominique [\\_66](#)  
 Le Monde [\\_44](#)  
 Lentz Isabelle [\\_36](#)  
 Le Point [\\_44](#)  
 LetzAI. [\\_82](#)  
 Ley Christophe Prof. [\\_85](#)  
 Lip Fred [\\_44](#)  
 Lorang Gmbh [\\_100](#)  
 LuCix [\\_36](#)  
 Luxballoon [\\_94](#)  
 Luxchat [\\_36](#)  
 Luxembourg@Expo2025Osaka [\\_32](#)  
 Luxembourg Confederation [\\_25, 32](#)  
 Luxembourg Institute of Health (LIH) [\\_42](#)  
 Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) [\\_36, 83](#)  
 Luxembourg National Data Service [\\_42](#)  
 Luxembourg Payrol Provider Federation (LPPF) [\\_32](#)  
 Luxembourg Stock Exchange (LuxSE) [\\_20, 64](#)  
 Luxexpo The Box [\\_76](#)  
 Luxinnovation [\\_74, 76](#)  
 Luxport Group [\\_100](#)  
 LuxProvide [\\_85](#)  
 Lycée Aline Mayrisch [\\_40](#)  
 Lycée des Arts et Métiers [\\_40](#)  
 L'Essentiel [\\_88](#)  
 Maison Moderne [\\_18](#)  
 Mamilov Fatima [\\_88](#)  
 Mamilov Osman [\\_88](#)  
 Marchiol Cyril [\\_75](#)  
 Martellini Steve [\\_25](#)  
 Mediation [\\_24](#)  
 Meilhan Nicolas [\\_66](#)  
 Meisch Claude [\\_40](#)  
 Mercedes-Benz Group [\\_56](#)  
 Microsoft [\\_22](#)  
 MIDAS [\\_85](#)  
 Mikado [\\_08](#)  
 Ministère de de la Digitalisation [\\_36](#)  
 Ministère de l'Économie [\\_28, 34, 42, 64](#)  
 Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse [\\_28](#)  
 Ministère de l'Égalité des genres et de la Diversité (MEGA) [\\_62](#)  
 Ministère du Travail [\\_36](#)  
 Mischo Georges [\\_36](#)  
 MMS [\\_100](#)  
 Morbé Muriel [\\_36](#)  
 Motorworld® [\\_06](#)  
 Mousel François [\\_60](#)  
 Mouvement Luxembourgeois pour la Qualité et l'Excellence (MLQE) [\\_34](#)  
 Munhowen Drinks [\\_10](#)  
 Munhowen [\\_08](#)  
 Museo Nazionale dell'Automobile (MAUTO) [\\_06](#)

Nain Grégory [\\_85](#)  
 Naito House [\\_32](#)  
 Napoléon III [\\_44](#)  
 Naveh Geula [\\_102](#)  
 Neu Marc [\\_54](#)  
 Nextensa [\\_16](#)  
 Nexten [\\_12](#)  
 Nextimmo [\\_12](#)  
 NTT DATA [\\_42](#)  
 NUMA Group [\\_12](#)  
 NVIDIA [\\_83](#)

**O,P  
Q,R**

Obertin Stéphanie [\\_83](#)  
 OCDE [\\_70](#)  
 Oeuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte [\\_12](#)  
 Olinger Jean-Paul [\\_26](#)  
 On.perfekt [\\_08](#)  
 ONU [\\_70](#)  
 Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) [\\_72](#)  
 Parc des Princes [\\_36](#)  
 Parc Merveilleux [\\_44, 54](#)  
 Paris School of Economics [\\_60](#)  
 Party Shop [\\_94](#)  
 Paul Wurth [\\_60, 85](#)  
 Peintures Robin [\\_24](#)  
 Peng James Dr. [\\_82](#)  
 Philips Andrew [\\_16](#)  
 Piemont Alexandre [\\_30](#)  
 Plumer Pierre [\\_48](#)  
 Police grand-ducale [\\_62](#)  
 Pony.ai [\\_82](#)  
 Post Luxembourg [\\_60](#)  
 Posty Olivier [\\_42](#)  
 Prefalux Home [\\_08](#)  
 Promobe [\\_16](#)  
 PSYea [\\_62](#)  
 PwC Luxembourg [\\_16, 22, 60, 66](#)  
 Quintet Private Bank [\\_14](#)  
 RAK Porcelain [\\_16](#)  
 Ramborn [\\_38](#)  
 Rassel Georges [\\_36](#)  
 Reckinger Michel [\\_26, 38](#)  
 Reiffers Mike [\\_18](#)  
 RightFleet [\\_66](#)  
 Riicht Eras [\\_62](#)  
 Rix Alain [\\_25](#)  
 RSS-Hydro [\\_83](#)  
 RTL [\\_88](#)

**S,T,U**

S.A.R. le Grand-Duc Henri [\\_16, 40](#)  
 S.A.R. la Grande-Duchesse Maria Teresa [\\_16, 36](#)  
 Satispay [\\_12](#)  
 SAVVD [\\_62](#)  
 Schaubert Thomas [\\_44](#)  
 Schlessler Isabelle [\\_36](#)  
 Schneider Jacques [\\_16](#)  
 Schott [\\_56](#)  
 Schumann Guy [\\_83](#)  
 Science for Society Foundation [\\_42](#)  
 Shueisha [\\_75](#)

Silicon Luxembourg [\\_85](#)  
 Silverfinch Property & Asset Management [\\_14](#)  
 Six Flags Qiddiya [\\_44](#)  
 skeeled [\\_18](#)  
 SolarCleano [\\_83](#)  
 SOS Villages d'Enfants Monde [\\_38](#)  
 Spaas Cédric [\\_84](#)  
 Speeckaert Nicolas [\\_18](#)  
 Spotify [\\_38](#)  
 Stade Jean Bouin [\\_36](#)  
 Stade Rolland Garros [\\_10, 36](#)  
 Stand Speak Rise Up! [\\_07](#)  
 Stanitz Fabienne [\\_83](#)  
 STDM [\\_32](#)  
 Stellantis [\\_56](#)  
 STIBBE [\\_16](#)  
 Strotz Misch [\\_82](#)  
 Stémm vun der Strooss [\\_36](#)  
 Superdrecksksécht [\\_34](#)  
 Supermiro [\\_44](#)  
 Syndicat Intercommunal pour l'Hygiène Publique du Canton de Capellen (SICA) [\\_34](#)  
 Taiwan Semiconductor Manufacturing Co (TSMC) [\\_64](#)  
 Takagi Toshimitsu [\\_88](#)  
 Thelen Carlo [\\_36, 58, 60, 66, 100, 102](#)  
 Thesilux [\\_100](#)  
 Thines Netty [\\_24](#)  
 Thinius Max [\\_40](#)  
 Toei Animation [\\_75](#)  
 TotalEnergies [\\_07, 56](#)  
 Tousalon [\\_10](#)  
 Trip Advisor [\\_88](#)  
 Tsukuba Science City [\\_74](#)  
 Tsumé Art [\\_75](#)  
 TV Tokyo [\\_75](#)  
 UIMM Lorraine [\\_30](#)  
 Um Plateau [\\_94](#)  
 Unesco [\\_44](#)  
 UNICEF Luxembourg [\\_07](#)  
 Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) [\\_26, 38](#)  
 Union des industries et métiers de la métallurgie (UIMM) [\\_38](#)  
 Union Luxembourgeoise de Tourisme (ULT) [\\_44](#)  
 Université de Luxembourg [\\_42, 84, 85](#)  
 Université Paris I Panthéon-Sorbonne [\\_60](#)

**V,W,X  
Y,Z**

Ville de Luxembourg [\\_76, 81](#)  
 Vrije Universiteit Brussel [\\_26](#)  
 Vulcan Energy [\\_56](#)  
 Wagener Marc [\\_26](#)  
 Wagner Gerry [\\_66](#)  
 Winter Paul [\\_100](#)  
 Xintara Kelly [\\_102](#)  
 Yoyo [\\_44](#)  
 ZDF [\\_56](#)  
 Zig Zag [\\_44](#)  
 Zimmer Pierre [\\_60](#)

# 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

## 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

## Rédaction

### Fondation IDEA

**Affaires économiques,**  
Chambre de Commerce  
**Affaires internationales,**  
Chambre de Commerce  
**Avis et Affaires juridiques,**  
Chambre de Commerce  
**Silicon Luxembourg**  
**Anais Croquet**

### Illustration de la couverture

Julie Wagener

### Photographes

Laurent Antonelli  
Emmanuel Claude  
Pierre Guersing  
Michel Zavagno  
Jean-Christophe Verhaegen  
Charly Petit  
Anouk Flesch

## 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

### Directeur

### Communication et Marketing

Patrick Ernzer — [patrick.ernzer@cc.lu](mailto:patrick.ernzer@cc.lu)

### Rédactrice en Chef

Corinne Briault — [corinne.briault@cc.lu](mailto:corinne.briault@cc.lu)

### Rédactrice en Chef adjointe

Catherine Moisy — [catherine.moisy@cc.lu](mailto:catherine.moisy@cc.lu)

## Régie publicitaire

### Regie.lu

31 rue de Hollerich  
L-1741 Luxembourg  
Tél: (+352) 4993 9000  
E-mail: [info@regie.lu](mailto:info@regie.lu)  
Internet: [www.regie.lu](http://www.regie.lu)

## Communiqués de presse

[merkur@cc.lu](mailto:merkur@cc.lu)

### Prochaine édition

11 juillet 2024

## Direction Artistique et mise en page

[lola.strategy&design](mailto:lola.strategy&design)

### Tirage

34.000 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](http://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](http://www.regie.lu)**



# DE VOTRE VISION NAÎT L'AVENIR

Vous souhaitez planifier la cession ou la transmission de votre entreprise, développer votre patrimoine, protéger vos proches ou encore préparer votre retraite ?

**Votre banquier privé, avec l'appui de nos experts financiers et ingénieurs patrimoniaux, est à vos côtés pour écrire l'avenir de votre patrimoine dans le respect de vos valeurs.**

[bgl.lu/fr/banqueprivee](https://bgl.lu/fr/banqueprivee)



BGL BNP PARIBAS S.A. - 50, avenue J.F. Kennedy L-2951 Luxembourg, R.C.S. Luxembourg, B 6481 - Communication Marketing avril 2024



**BGL BNP PARIBAS**  
**BANQUE PRIVÉE**

**La banque  
d'un monde  
qui change**