



23/12/2019 - 06/01/2020

REVUE DE PRESSE



CHAMBRE
DES METIERS
Luxembourg

Table des matières

Geschickt mit Ahle und Locheisen

Luxemburger Wort | 06/01/2020

"Un exercice de longue haleine"

Paperjam | 01/01/2020

"Si l'on veut que les entreprises se digitalisent, l'état se doit de montrer l'exemple"

Paperjam | 01/01/2020

Les artisans prennent leur destin en main

Paperjam | 01/01/2020

18e édition des Labels ESR

Paperjam | 01/01/2020

Des mentors pour aider les PME à se développer

Paperjam | 01/01/2020

Entrepreneurs épaulés

Lëtzebuenger Journal | 24/12/2019

Malgré une année difficile, le pays a continué sa marche en avant

Le Quotidien | 24/12/2019

Entrepreneurs épaulés

www.journal.lu | 24/12/2019

A la recherche d'un son

d'Lëtzebuenger Land | 20/12/2019

Putzen muss ja jeder

d'Lëtzebuenger Land | 20/12/2019

Big Four

d'Lëtzebuenger Land | 20/12/2019

Wir (er)schaffen das

d'Lëtzebuenger Land | 20/12/2019

Bouchées doubles

d'Lëtzebuenger Land | 20/12/2019

Luxemburger Wort

Luxemburger Wort

Date: 06-01-2020

Page: 28

Periodicity: Daily

Journalist: Volker Bingenheimer

Circulation: 59 525

Audience: 162 100

Size: 757 cm²

Geschickt mit Ahle und Locheisen

Grenzüberschreitende Ausbildung: Die 24-jährige Monique Back erlernt den Traditionsberuf des Sattlers

Betzdorf. Eigentlich hat Monique Back diese Woche Ferien, doch die 24-Jährige will noch eine Auftragsarbeit fertig machen: einen ledernen Maulkorb für einen Hund – auf Maß gefertigt, versteht sich.

Von Volker Bingenheimer



In ihrer privat eingerichteten Werkstatt bei der Leederwon asbl in Betzdorf sitzt sie an der hölzernen Werkbank, sticht Löcher mit einer Ahle vor und vernäht Lederriemen mit gewachstem Garn und einer Nadel von beeindruckenden Ausmaßen. Neben ihr liegen allerlei Werkzeuge, die heutzutage kaum noch jemand benennen kann: ein Locheisen, eine Schwertahle oder ein Halbmondmesser zum Beispiel. Monique Back macht eine Lehre als Sattlerin. Wer heute das alte Handwerk noch lernt, näht meist Ledersitze von exklusiven Automobilen oder Verdecke für Cabrios und Segelboote.

Und natürlich fertigen Sattler auch heute noch Reitsättel an. In den meist auf Maß gearbeiteten Einzelstücken stecken viele Arbeitsstunden. Sie sind dementsprechend wesentlich teurer als industriell hergestellte Sättel und können zwischen 3 000 und 5 000 Euro kosten.

Monique Back hat sich einer anderen Fachrichtung verschrieben. Als künftige Reitsportsattlerin will sie Trensen, Halfter und Geschirrtteile für Reit- und Arbeitspferde anfertigen.

„Vor allem für Reparaturen und

Sonderanfertigungen besteht Bedarf“, glaubt sie. „In Luxemburg gibt es kaum jemanden, der so etwas macht.“ Weil der Beruf des Sattlers hierzulande so selten ist, stieß Monique Back auf Schwierigkeiten, als sie einen Lehrbetrieb suchte. In der Chambre des métiers war nämlich kein einziger Sattlerbetrieb registriert.

Fündig wurde sie schließlich in Belgien. Auf Vermittlung von Peter Aendekerk, Vorsitzender des Therapiekitschenvereins De Leederwon, stellte eine Sattlerei im belgischen Achel, direkt an der niederländischen Grenze, sie als Auszubildende ein. „Der Betrieb gehört zu den besten Sattlereien der Welt“, erklärt Peter Aendekerk. „Dort lässt zum Beispiel das niederländische Königshaus Geschirre für seine Pferde machen.“

Bei der Wohnungssuche hatte Monique ebenfalls Glück: Sie wohnt bei Aendekerks Bekannten auf der niederländischen Seite – und hat sich damit die Miete für eine richtige Wohnung gespart.

Weiter Weg zur Schule

Nach fünf bis sechs Wochen Arbeit in dem Handwerksbetrieb steht Blockunterricht in der Berufsschule an. Der Weg dorthin ist für Monique wieder mit vielen Ki-

lometern verbunden, denn sie geht in Stuttgart zur Schule. Dort sitzt sie zusammen mit den Auszubildenden von Mercedes und Porsche im Klassensaal. „Ich bin die einzige in der Klasse, die den Be-

ruf der Reitsportsattlerin lernt“, sagt sie. Für die Zeit des Blockunterrichts wohnt Monique im Stuttgarter Kolpinghaus. Ein traditionelles Ziel des im 19. Jahrhundert gegründeten Sozialwerks ist es, Handwerkslehrlinge und -gesellen zu unterstützen.

Leidenschaft für Leder

Der Weg zu ihrem ungewöhnlichen Berufswunsch verlief für Monique Back nicht geradlinig. Nach ihrem 13^e-Abschluss entschied sich die junge Frau aus Bourglinster für eine zehnmonatige Freiwilligenarbeit bei der Leederwon asbl. Anschließend ging sie für ein Filmstudium nach London. „Ich hatte das Ziel, als Kamerafrau zu arbeiten“, erklärt sie. Bei der Leederwon asbl, wo sie sich immer blicken ließ, wenn ihr Zeitplan es erlaubte, entdeckte sie dann aber ihre Leidenschaft für Leder.

„Ich habe Halfter und Trensen repariert, kleine Sachen, aber das hat mir großen Spaß gemacht. Ich mag das Material Leder, es gibt so viele Sorten und Verwendungszwecke“, erzählt sie.

Das erste Lehrjahr hat Monique abgeschlossen, vielleicht darf sie die Ausbildungszeit auf zwei Jahre verkürzen. Dann kann sie sich vorstellen, sich mit einer kleinen Werkstatt selbstständig zu machen. „Zumindest als Nebenverdienst müsste das funktionieren“, meint sie. Lediglich die hohen Mietpreise für einen Raum machen ihr Sorgen.

Ihr Mentor Peter Aendekerk

 paperJam
MEDIA ECONOMIQUE ET FINANCIER**Paperjam**

Date: 01-01-2020

Page: Tax 024-026

Periodicity: Monthly

Journalist: -

Circulation: 20 000

Audience: 65 000

Size: 1 250 cm²

« UN EXERCICE DE LONGUE HALEINE »

Michel Turk est le « Monsieur Gafi » du Luxembourg. Il détaille les challenges que pose la visite prévue à l'automne 2020.

**Quel est votre rôle dans le cadre de la visite du Gafi ?**

Je suis détaché de la Cellule de renseignement financier (CRF) pour la coordination nationale de la lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (LB/FT) et chargé de la délégation auprès du Gafi. Le détachement est prévu pour trois ans, sachant que j'ai commencé le 15 juillet 2018. J'aurai le plaisir d'assister à la remise du rapport du Gafi, qui aura en principe lieu à la fin de l'été 2021. Pour ce qui est de la coordination nationale, il s'agit d'animer le comité de prévention du blanchiment et du financement du terrorisme, mis en place en 2009 dans le cadre du troisième cycle d'évaluations du Gafi. Le comité est un forum d'échanges, qui dispose aussi de groupes de travail où l'on débat concrètement de propositions.

Qui fait partie de ce comité ?

Lors de la dernière visite du Gafi, il a été reproché au Luxembourg d'avoir une coordination nationale un peu trop informelle. Le ministre de la Justice et des Finances de l'époque a donc pris un règlement ministériel pour mettre en place ce comité formel de coordination, qui rassemble des membres des secteurs public et privé. Du côté du secteur public se retrouvent les régulateurs, les autorités judiciaires, le ministère des Finances et celui de la Justice, tandis que les « autorégulateurs » comme les avocats, les notaires, les huissiers, les réviseurs d'entreprises, les experts-comptables et les représentants des organisations professionnelles (ABBL, Alfi, Alco, Chambre de commerce, Chambre des métiers) représentent le secteur privé. Il existe également

PHOTO: Matic Zornani

BIO EXPRESS

Depuis juillet 2018, Michel Turk, 52 ans, est détaché de la Cellule de renseignement financier (CRF) pour la coordination nationale de la lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (LB/FT) et chargé de la délégation auprès du Gafi. Il est également honorary counsel près la cour d'appel depuis septembre 2017. Formé au droit à l'université de Montpellier, puis au droit luxembourgeois au Grand-Duché, Michel Turk a fait ses classes au sein de l'étude Turk & Prum avant d'être attaché de justice

près les parquets de Diekirch et de Luxembourg. En 1998, il est nommé juge au tribunal d'arrondissement de Luxembourg, siégeant en matière criminelle, puis a occupé pendant neuf ans le poste de juge d'instruction chargé des affaires économiques. Entre 2009 et 2014, il a exercé successivement en tant que juge de paix, juge adjoint près la cour administrative et procureur en charge de la criminalité économique. Avant d'occuper ses fonctions actuelles, il a passé quatre ans comme responsable opérationnel de la CRF.

un secrétariat exécutif dédié au comité, qui fait partie du ministère de la Justice et compte six membres.

À quelle fréquence se réunit le comité ?

En moyenne, il se réunit toutes les six semaines. Le Gafi considère que la lutte LB/FT est un travail collectif. Beaucoup d'acteurs y contribuent, que ce soit au niveau de la prévention, de la détection ou des poursuites. Il faut donc mettre ces différents acteurs autour de la table pour que tout le monde tire du même côté. Le comité est en cela un levier d'efficacité important. Quant à la coordination, elle est permanente. Elle n'a pas été mise en place uniquement dans l'optique de la visite du Gafi. L'évaluation nationale des risques sera d'ailleurs mise à jour par le comité de coordination, en fonction du niveau de risque identifié, des nouveaux risques, des éventuelles lacunes et des remèdes, pour former une stratégie nationale.

Pouvez-vous nous en dire plus sur cette nouvelle évaluation nationale des risques ?

La dernière évaluation a été finalisée en septembre 2018 et les travaux pour sa mise à jour débuteront en janvier 2020. Elle comprend deux parties : les menaces et les vulnérabilités. L'exposition du Luxembourg consiste moins en une exposition domestique qu'en une exposition qui vient de l'étranger, du fait des capitaux qui transitent par notre place financière. Concernant les vulnérabilités, nous analysons les acteurs et les produits susceptibles d'être utilisés pour le blanchiment dans chaque secteur d'activité. L'étude des menaces et des vulnérabilités nous permet de déterminer un risque inhérent. Nous regardons ensuite tout le dispositif en place en matière de lutte LB/FT : c'est ce que l'on appelle les facteurs de mitigation. Lorsque vous retracez les mesures de mitigation des risques inhérents, vous obtenez in fine le risque résiduel.

Mais le but du Gafi n'est pas de dire qu'avoir un risque élevé est répréhensible. L'objectif des standards n'est ainsi pas d'éviter les risques, mais de les identifier, de les évaluer et d'en être conscients pour parvenir à tempérer ces risques. Au final, là où les risques sont élevés, il faut mettre les moyens. Cette approche transpire à travers toute la méthodologie du Gafi.

Quelle est justement la méthodologie du Gafi ?

Les risques sont évalués au niveau national. Il revient ensuite aux régulateurs de faire leur propre évaluation de risques par rapport aux entités qu'ils surveillent afin d'intensifier ou d'espacer leurs contrôles.

Cette approche basée sur les risques s'applique aussi aux professionnels, qui doivent effectuer cette même catégorisation avec leurs clients. Et si certains présentent des risques élevés, il faut aller plus loin dans la vigilance : mettre les dossiers plus fréquemment à jour, vérifier les informations de plus près, etc.

Qu'est-ce qui a évolué en termes de dispositifs et de process depuis la dernière visite en 2010 ?

Lors du troisième cycle d'évaluations, nous avons surtout regardé si notre législation était conforme aux 40 recommandations du Gafi. Il y avait, à l'époque, beaucoup de lacunes dans notre législation. En matière de sanctions financières internationales, aucun dispositif légal national n'existait, le Luxembourg se reposait sur les dispositifs de l'Union européenne. Un dispositif national a été mis en place depuis. Des progrès conséquents ont aussi été faits en matière de transparence des personnes morales. Et nous sommes allés encore plus loin avec le Registre des bénéficiaires effectifs (RBE), dont les informations seront même mises à disposition du grand public.

Comment se déroulera concrètement la visite du Gafi ?

L'équipe d'évaluation comporte huit personnes. Cinq évaluateurs viendront d'autres pays. Ils sont soit membres du Gafi, soit membres d'autres organisations régionales du même type. Ils seront épaulés par trois membres du secrétariat du Gafi. Cette équipe viendra sur place en octobre/novembre 2020. Des bureaux seront mis à leur disposition. Les évaluateurs demanderont à s'entretenir avec des représentants de la lutte anti-blanchiment, parmi les autorités publiques et le monde professionnel. Ils auront déjà identifié un certain nombre de points à approfondir et cibleront leurs interlocuteurs en fonction de cela. Pour se faire une image complète, un « échantillon représentatif » du secteur privé sera auditionné. C'est à moi, en tant que coordinateur, de trouver des « volontaires » pour échanger avec les évaluateurs.

Quelles différences y aura-t-il par rapport à la visite précédente ?

Avant la visite sur place, deux questionnaires devront être soumis au Gafi. Le premier concerne la conformité technique aux 40 recommandations. Le second se focalise sur l'efficacité et vérifie si le dispositif de lutte anti-blanchiment produit bien les résultats immédiats demandés. Il s'agit là de la grande nouveauté et du grand défi de ce quatrième cycle d'évaluations. Le premier devrait faire environ 200 pages ; pour le second, certains pays ont frôlé les 1.000 pages. J'espère que nous n'arriverons pas jusque-là...

Il n'est donc plus question de produire uniquement des statistiques quantitatives, le Gafi regarde aussi la valeur qualitative du système mis en place. Le premier questionnaire sera remis six mois avant la visite sur place, et le deuxième trois mois avant. Lors de la visite sur place, nous serons donc plus ou moins fixés sur la conformité technique.

Ce nouveau questionnaire vous fait-il craindre davantage le résultat ?

Suivant les résultats obtenus, différentes procédures sont mises en œuvre : un suivi régulier ou un suivi renforcé. Depuis que le facteur d'efficacité a été introduit, le nombre de suivis renforcés s'est accru. Mais cela permet aussi de se remettre en cause : nous avons tous de belles législations, mais produisent-elles effectivement les résultats escomptés ? Beaucoup de pays ont peine à démontrer les résultats et à convaincre les évaluateurs du bien-fondé de leurs systèmes. Nous ferons donc de notre mieux.

La nationalité des évaluateurs du Gafi peut-elle influencer leurs conclusions ?

Nous ne savons jamais à l'avance qui sera désigné comme évaluateur. Le monde financier

étant largement imprégné de la culture anglophone, si nous avons un évaluateur anglophone pour analyser la place financière, il aura peut-être une vue différente des choses. À l'inverse, pour le judiciaire, selon que l'évaluateur a un background de droit civil ou de droit pénal, cela peut aboutir à une appréciation différente.

Dans tous les cas, la première règle pour un évaluateur consiste à ne pas comparer avec ce qui se fait dans son pays d'origine, mais bien par rapport aux standards du Gafi.

Que reste-t-il encore à faire d'ici la visite, dans un peu moins d'un an ?

C'est maintenant la dernière ligne droite. Ce n'est plus le temps des grandes réformes législatives. Nous devons désormais finaliser les questionnaires. Celui sur la conformité technique est déjà bien avancé, et nous attendons la loi de transposition de la 5^e directive AML pour consolider les différents apports.

Quant aux travaux concernant le questionnaire sur l'efficacité, ils vont commencer.

Le Luxembourg est considéré comme « conforme pour l'essentiel », selon le Forum mondial sur la transparence. Qu'est-ce que cela vous inspire ?

C'est une très bonne chose. Nous avons toujours été dans la ligne de mire en matière de transparence, et c'est donc un très bon point que nous soyons désormais considérés comme des bons élèves de la classe.

Êtes-vous aujourd'hui en mesure de dire que toutes les entreprises ont mis en place un dispositif LB/FT et ont éprouvé son efficacité ?

Les professionnels ont, en tout cas, l'obligation de faire une évaluation des risques depuis la 4^e directive AML et la transposition en droit luxembourgeois, qui a consacré le principe d'approche basée sur les risques. C'est au régulateur de vérifier que tous les professionnels sont bien en ligne avec cette réglementation. Cela dit, cet exercice n'est pas une fin en soi. Car l'idée de cette nouvelle approche basée sur les risques peut permettre à un professionnel de fonctionner de manière plus rationnelle et de faire des économies, le but étant d'arriver à une bonne affectation des ressources. Qui dit catégorisation de risques en risques élevés, moyens ou faibles, dit concentration des moyens sur les risques élevés.

La CSSF a relevé plusieurs manquements dans l'application de l'approche basée sur les risques. Est-ce un point d'inquiétude ?

Ce qui est important pour démontrer notre efficacité au Gafi tient dans le fait que, s'il y a des manquements, il faut les constater et les sanctionner. Le Gafi peut être compréhensif,

pour peu que le régulateur arrive à démontrer qu'il a bien pris les mesures nécessaires pour faire respecter la loi. Ce n'est évidemment pas une bonne chose si des professionnels appliquent mal la législation, mais ce serait encore pire si le régulateur ne prenait pas les choses en main. Il faut donc arriver à démontrer que le système fonctionne et qu'on agit lorsqu'il y a des défaillances.

Les lourdes sanctions délivrées ces dernières années par la CSSF jouent donc en sa faveur ?

Oui, car lors du troisième cycle d'évaluations, il nous a été reproché d'appliquer des sanctions qui n'étaient pas suffisamment efficaces et dissuasives.

Comment expliquez-vous l'explosion de déclarations de soupçons auprès de la Cellule de renseignement financier ?

Cela vient en partie du fait que des entreprises de paiement prestent désormais depuis le Luxembourg dans toute l'Union européenne. Les déclarations de soupçons, qui sont réalisées dans le pays d'établissement des sociétés, peuvent alors concerner toute l'UE. La CRF a adapté ses outils de travail : un processus informatique a été mis en place pour permettre de recevoir ces déclarations en très grand nombre, les traiter et les échanger avec les autres États membres concernés. Les professionnels se servent également d'outils d'intelligence artificielle, qui permettent de limiter le nombre de « faux positifs », tandis que la CRF s'en sert pour analyser les transactions en actifs virtuels. L'autre risque, qui peut être redoutable pour la lutte anti-blanchiment, ce sont les « faux négatifs », à savoir ce que la machine ne voit pas et qu'elle aurait dû voir.

Quels messages avez-vous à faire passer aux entreprises à quelques mois de la visite ?

Les conseils sont toujours les mêmes, avec ou sans visite : appliquez la loi et travaillez sur l'approche basée sur les risques, qui est vraiment fondamentale. Elle est bien intégrée dans les pays anglo-saxons, mais elle doit encore s'ancrer dans les mentalités dans les autres pays.

Quelles bonnes pratiques d'autres pays ont justement pu vous inspirer ?

Nous avons effectivement regardé ce qui s'était fait dans d'autres pays pour réaliser notre première évaluation des risques. Mais il n'y a pas de formule *one size fits all*, car les pays adaptent leur évaluation selon leurs risques. Nous examinons néanmoins ce que font les pays qui ont des économies similaires, ouvertes, avec une grande place financière et une petite taille.

« Là où les risques sont élevés, il faut mettre les moyens. Cette approche transpire à travers toute la méthodologie du Gafi. »

Quels risques représente cette nouvelle visite pour le Luxembourg et pour sa Place en cas de mauvais résultats ?

En cas d'évaluation négative, nous serons placés en suivi renforcé et il faudra alors rendre compte plus fréquemment et plus en détail. Il existe aussi un autre processus lorsque les résultats sont franchement mauvais. Dans ce cas, c'est un groupe de travail du Gafi, l'International Cooperation Review Group (ICRG), qui place le pays sur les listes dites « grise » ou « noire ». L'inconvénient d'être considéré comme un pays « à risques », c'est que les pays qui ont des relations d'affaires avec vous doivent prendre plus de précautions. Pour une place financière comme le Luxembourg, nous n'avons évidemment aucune envie de figurer sur une liste. Après la dernière visite, nous étions sous le coup d'une procédure de suivi. Nous avons remédié aux défaillances et nous en sommes sortis, mais la nouveauté de l'évaluation de l'efficacité demeure un défi.

Comment expliquez-vous que les différents acteurs refusent de communiquer sur leur préparation à la visite du Gafi ?

Il s'agit d'un processus technique, et il serait mal vu par le Gafi que cela devienne un débat politique. Nous évitons donc qu'il y ait des communications à tort et à travers. Le but de la coordination nationale est justement de parler d'une voix. Ce qui est un peu particulier au Luxembourg, c'est l'intérêt des médias pour le sujet, qui est plus développé que dans d'autres pays.

Nous vous sentons très serein, ce qui contraste plutôt avec la nervosité de la Place. Comment expliquez-vous ce paradoxe ?

Je suis quelqu'un de zen ! Plus sérieusement, c'est un exercice de longue haleine, un sport d'endurance. C'est une évaluation qui demande beaucoup de travail et d'efforts, donc ça ne sert à rien de s'agiter. ♦



paperJam
MEDIA ECONOMIQUE ET FINANCIER

Paperjam

Date: 01-01-2020

Page: 056-058 in ICT

Periodicity: Monthly

Journalist: -

Circulation: 20 000

Audience: 65 000

Size: 1 473 cm²



VINCENT LEKENS, ICT LUXEMBOURG



ICT Luxembourg – la Luxembourg Digital Alliance – a pour mission de mieux faire entendre la voix de l'ensemble des acteurs du numérique au Luxembourg et de défendre leurs intérêts communs au service d'un Luxembourg plus digital. Pour Vincent Lekens, président de cette confédération, il faut que secteur public et acteurs privés agissent de manière mieux coordonnée.

ICT Luxembourg veut être la voix des acteurs du numérique et de l'informatique vis-à-vis des autorités. Comment vous organisez-vous ?

Le numérique prend une place toujours plus importante au cœur de nos sociétés. Pour appréhender ces enjeux, les diverses fédérations et associations représentatives des divers secteurs de l'économie luxembourgeoise se sont dotées d'organes spécifiques. Toutefois, la multiplicité des acteurs rendait difficile la communication avec le gouvernement. Chacun, à son tour, allait à la rencontre des autorités pour faire valoir ses intérêts, si bien que les enjeux n'étaient pas vraiment audibles. Or, à y regarder de plus près, les doléances des divers acteurs étaient communes pour 80 à 90 % d'entre elles. L'idée a alors été, à la demande du gouvernement, de constituer une plate-forme commune aux associations représentatives des acteurs de

l'ICT, constituant la voix unique du secteur vis-à-vis du gouvernement. Désormais, une fois par an, nous allons à la rencontre des différents ministres concernés par les enjeux de la digitalisation pour évoquer avec eux les défis à venir.

Que défendez-vous auprès d'eux ?

La réunion des associations au sein d'un groupe commun nous a permis d'établir un vade-mecum. L'enjeu est de pouvoir défendre l'activité digitale comme un secteur à part entière. La bonne appréhension de l'évolution technologique actuelle et future pour transformer une activité existante reste un enjeu propre à chaque association. Par exemple, l'Alfi, qui est un de nos membres, veillera à ce que le numérique puisse mieux servir l'industrie des fonds d'investissement. L'ABBL fait de même vis-à-vis des banques, la Fedil à l'égard de l'industrie... Cependant, il y a des théma-

tiques transversales à toutes les associations sur lesquelles nous devons pouvoir travailler ensemble pour renforcer le Luxembourg digital en tant que tel. L'idée est de défendre les intérêts du secteur digital à part entière. C'est de ces enjeux que nous allons discuter avec Xavier Bettel, Marc Hansen, Claude Meisch, Pierre Gramegna et Étienne Schneider.

Comment le secteur public peut-il davantage soutenir le secteur numérique luxembourgeois ?

La transformation digitale de l'économie, et de la société plus largement, doit s'appuyer sur la bonne volonté et la coopération de l'ensemble des acteurs. Le gouvernement, afin de soutenir les efforts des entreprises et de faciliter la vie des citoyens grâce au digital, a un rôle prépondérant à jouer. L'administration, en se digitalisant, en accélérant les démarches grâce au numérique, peut entraîner le secteur privé dans cette voie. On constate que le gouvernement affiche une réelle volonté de renforcer le numérique à tous les niveaux. Cependant, entre le discours et la réalité, il y a encore une importante distance. Encore aujourd'hui, chaque ministère gère ses propres bases de données, ce qui empêche une réelle simplification des processus et entraîne des frictions au cœur des démarches. Aujourd'hui, si l'on peut transmettre sa déclaration fiscale en ligne, le traitement n'est cependant pas digitalisé de bout en bout. Si l'on veut que les entreprises, les grandes comme les plus petites, se digitalisent, l'État se doit de montrer l'exemple et de les entraîner dans ce processus.

Concrètement, comment l'administration peut-elle entraîner les entreprises dans un processus de digitalisation ?

En offrant des avantages, des incitants. Par exemple, l'État pourrait garantir un paiement plus rapide des factures transmises électroniquement. Cela, en outre, s'inscrit dans une certaine logique. Le digital, dans ce contexte, doit faciliter le traitement des factures, permettre d'accéder à un niveau avancé d'automatisation, de l'émission de la facture jusqu'au paiement. Il est logique que le traitement puisse être accéléré. L'État, en permettant cela, invite les entreprises à digitaliser le processus de facturation dans ce sens, facilitant par la même occasion l'échange entre les entreprises.

Le Luxembourg a beaucoup investi dans les infrastructures ces dernières années. Faut-il poursuivre dans cette voie ?

Il faut continuer à investir dans les infrastructures tout en étant conscient de l'évolution de l'offre numérique. Aujourd'hui, de grands *cloud providers* globaux ont facilité l'accès

à la ressource informatique. Cela doit inviter les entreprises luxembourgeoises actives dans la gestion de l'infrastructure à se réinventer, à adopter de nouveaux modèles, plus ouverts vers l'extérieur. Avec son infrastructure et son expérience, le Luxembourg a certainement une carte à jouer au regard du souhait de voir émerger un *cloud* souverain européen.

En parallèle, nous sommes également face au défi du déploiement d'une nouvelle ère de mobilité avec l'arrivée imminente des réseaux mobiles 5G. Il ne s'agira pas ici d'une simple évolution des réseaux existants, mais bien d'une révolution dans le transfert d'informations au travers de la mobilité, facilitant la transformation digitale des entreprises.

À quel niveau le Luxembourg doit-il investir davantage ?

Plus que dans l'infrastructure, c'est désormais dans la transformation de l'économie qu'il faut investir. Pour cela, un des enjeux-clés est de ramener certaines compétences au Luxembourg. Les métiers se transforment. Le digital est un exceptionnel levier d'amélioration et de création de valeur. Dans le secteur financier, de nombreuses fonctions de back-office vont évoluer ou même disparaître. Le digital permet d'automatiser de nombreuses fonctions que les acteurs du secteur, devant faire face à des coûts de main-d'œuvre importants, avaient externalisées ailleurs. Grâce au digital, le coût de la main-d'œuvre pour obtenir un résultat est réduit. Il faut donc investir dans le digital avec l'ambition de faire revenir localement les fonctions externalisées, de générer la valeur localement. Le Luxembourg peut utiliser ses compétences et ses connaissances métiers pour faciliter la transformation digitale des processus et, ensuite, la supervision et la validation des résultats.

Cela pose aussi une question d'évolution des compétences...

C'est un enjeu très important. Les compétences actuelles ne sont pas forcément celles dont nous aurons besoin demain dans un monde digital. Les défis de l'*upskilling* ou du *reskilling* doivent être bien appréhendés. Il faut donner des perspectives aux travailleurs qui nourrissent des craintes vis-à-vis de la transformation digitale à l'œuvre. Des initiatives ont été prises dans ce sens, avec notamment Digital Skills Bridge, qui met en place un programme d'évolution des compétences au sein de plusieurs entreprises participantes. Certaines entreprises ont bien joué le jeu, d'autres moins, sans doute. Il faut cependant d'autres initiatives de ce genre, impliquant de manière mieux coordonnée les employeurs, le ministère du Travail et les organismes de formation.

« Face aux enjeux digitaux, il vaut mieux agir, conduire la transformation digitale et ne pas regarder le train passer. »

Vincent Lekens
Président,
ICT Luxembourg

En matière de formation, quels sont les enjeux que vous avez pu identifier ?

Il faut mieux former les jeunes localement dans le domaine du digital, et ce le plus tôt possible. Il faut que la formation puisse mieux répondre aux enjeux d'aujourd'hui et de demain. Et pour cela, nous n'avons pas uniquement besoin de Bac+++ . Nous nous réjouissons de la volonté affichée par le ministre Meisch de travailler avec nous pour améliorer l'offre de formation. Nous avons par exemple proposé de créer une formation de niveau BTS dans le domaine de la cybersécurité, avec la mise en place d'un diplôme d'aptitude professionnelle. Au niveau de l'enseignement obligatoire, nous discutons autour du programme pour voir comment mieux y intégrer l'informatique générale. La volonté est aussi de développer davantage d'interactions entre l'école et les entreprises numériques en faveur d'une meilleure prise de conscience des perspectives d'évolution de carrière existant dans le digital.

Dans quels domaines du numérique le Luxembourg peut-il se distinguer ?

Il faut s'appuyer sur nos forces, sur les compétences déjà disponibles. Dans le domaine de la cybersécurité, la sécurisation des données, par exemple, le Luxembourg a de beaux atouts à faire valoir, hérités notamment de la régulation du secteur financier. Nous souhaitons que le Centre européen de compétences en cybersécurité soit au Luxembourg. Dans cette optique, le ministre Gramegna nous soutient dans la définition du rôle de Ciso pour le secteur financier suivant un modèle développé par le Clusil, toujours sous couvert d'ICT Luxembourg. En outre, par rapport à des pays de taille plus importante, on devrait être en mesure de numériser beaucoup plus facilement des processus de bout en bout, pour répondre plus efficacement à des enjeux sectoriels. Cette possibilité

d'agir proactivement et rapidement, en s'affranchissant d'une certaine complexité, doit nous permettre de tirer notre épingle du jeu. Nous avons notre destin en main. Face aux enjeux digitaux, il vaut mieux agir, conduire la transformation digitale, et ne pas regarder le train passer.

Comment conduire la transformation plus efficacement ?

Le Luxembourg a lancé de nombreux chantiers. À travers l'initiative Digital Luxembourg et, plus récemment, la mise en place du ministère de la Digitalisation, le pays dispose d'une excellente base de travail. Cependant, certaines initiatives sont encore trop éparses, en raison peut-être d'un manque de coordination. On peut se réjouir de la mise en œuvre d'Infrachain et s'étonner que le projet de publicchain, porté par le CTIE et le Sigi, ne fasse pas le choix de s'appuyer dessus. Je pense que l'on gagnerait vraiment en efficacité si l'on parvenait à mieux structurer les initiatives, tant celles qui relèvent du public que celles qui émanent du privé. Le public et le privé, en outre, doivent parvenir à mieux travailler main dans la main, et ainsi augmenter le niveau de la recherche au sein des entreprises privées luxembourgeoises, malheureusement en queue de peloton au niveau européen. La mise en place prochaine d'un Haut Comité de la digitalisation devrait aussi apporter des réponses aux questions posées.

Un autre enjeu est de parvenir à mieux représenter le Luxembourg digital à l'étranger, à l'image de ce qu'est parvenu à faire Luxembourg for Finance pour le développement de la place financière. Le marché européen du numérique est en pleine construction et nous devons avoir l'ambition d'y jouer un rôle prépondérant en développant les bonnes compétences, en proposant de nouveaux services, en agissant en faveur d'un renforcement de notre souveraineté digitale. ♦ s.l.

paperJam
MEDIA ECONOMIQUE ET FINANCIER

Paperjam

Date: 01-01-2020
Page: 48
Periodicity: Monthly
Journalist: -

Circulation: 20 000
Audience: 65 000
Size: 428 cm²



ECONOMIE

LES ARTISANS PRENNENT LEUR DESTIN EN MAIN

L'artisanat se porte bien, merci. Mais les patrons doivent agir sur plusieurs facteurs – dont la recherche de main-d'œuvre qualifiée – s'ils veulent préserver la rentabilité de leur entreprise. Romain Schmit dresse l'état des lieux du secteur à l'approche de 2020.

Ces dernières années, le développement de l'artisanat a été impressionnant. Il a continué à embaucher de nouveaux talents, et avec environ 100.000 emplois, il a presque doublé son effectif de l'an 2000. Le nombre d'entreprises est, quant à lui, également en progression, mais le taux de disparition, lui aussi, continue à être soutenu. Ce qui indique que tout ne serait éventuellement pas au mieux dans le meilleur des mondes possibles.

À y regarder de plus près, on voit effectivement des nuages à l'horizon. Ainsi, la conjoncture internationale semble s'assombrir et les prévisions de croissance sont régulièrement revues à la baisse. Même si l'État continue sa politique volontariste en matière d'investissements et d'infrastructures, des soucis persistent au niveau des finances publiques.

UNE PANNE DE RENTABILITÉ

Malgré la bonne situation au niveau des carnets de commandes, les entreprises artisanales se plaignent du manque de rentabilité. L'arrivée massive de concurrents étrangers exerce une forte pression sur les prix, qui ne peuvent pas être adaptés à l'évolution pourtant très dynamique de leurs coûts de production.

Contrairement à l'opinion généralement répandue, les entreprises ne profitent pas toutes au même degré de la croissance économique. En effet, certaines statistiques montrent que les entreprises marchandes non financières du Luxembourg figurent depuis longtemps en dernière place dans le classement européen de la rentabilité. Des études ont essayé d'expliquer ou de relativiser ce constat,

mais elles n'ont pas vraiment réussi. Toujours est-il que la Fédération des artisans a proposé au ministre des Classes moyennes (*Lex Delles, DP, ndr*) d'approfondir ces études afin que l'on puisse prendre les mesures qui s'imposent.

NE PAS S'ARRÊTER À LA FISCALITÉ

En attendant, nous observons avec grand souci que gouvernement et politiques en général se relayent pour proposer des bons sociaux sans autrement se soucier de la situation des PME artisanales (et autres), convaincus que l'économie se porte bien et peut donc tout supporter. Tout au plus entend-on une timide proposition de compenser les mesures sociales en faveur des salariés par une diminution de la fiscalité grevant les entreprises. Pour être bien clair à ce sujet: il faut d'abord générer des profits avant de pouvoir payer des impôts!

Questionnés sur les plus grands défis s'opposant à leur développement, les artisans pointent le manque de main-d'œuvre qualifiée, la digitalisation et l'absence de terrains pour leurs propres besoins.

Pour enchaîner sur ce dernier point, nous constatons que les terrains réservés au développement des activités économiques ne cessent de rétrécir au gré des plans sectoriels qui se succèdent. Au-delà d'une augmentation de ces surfaces, la Fédération des artisans propose donc la révision des conditions d'aménagement des zones d'activité (espaces verts, hauteurs, nombre d'étages, parkings...). Pour les autres points, nous avons eu l'ambition de mettre en place tout un écosystème visant à accompagner les entreprises artisanales

dans leurs processus de transformation et de transition.

LA FORMATION PROFESSIONNELLE PRISE EN MAIN

En termes de manque de main-d'œuvre qualifiée, nous avons pris l'initiative dès 2015 d'améliorer notre formation continue par la mise en place des centres de compétences. Le secteur de la construction dispose également d'un système cohérent et structuré de formation continue couvrant tous les métiers et surtout tous les niveaux de qualification. D'autres secteurs seront bientôt couverts par des systèmes analogues, car le succès de l'initiative fait que la sensibilité des chefs d'entreprise pour la formation continue augmente, tout comme leur disponibilité quand il s'agit de s'y investir pour autant qu'ils gardent la mainmise sur le système!

L'an passé, nous avons créé le centre de compétences *Digitalaalt Handwerk*, où les entreprises trouvent en un seul lieu accompagnement du projet, aide à la prise de décision stratégique et montage financier ensemble avec la mise en place du plan de formation nécessaire au projet. À ce stade, nous avons pu accompagner une vingtaine d'entreprises, et les retours sur expérience ont permis un ajustement de nos prestations. Prochainement, une trentaine d'entreprises vont démarrer leurs projets respectifs.

D'autres mesures en termes de recrutement sont imaginables, notamment concernant l'immigration. En effet, des initiatives sont en cours en vue d'attirer des compétences de plus loin. Or, nous constatons que le prix du logement, surtout, est un obstacle pour les travailleurs potentiels. Nous sommes donc en train d'étudier la création mutualisée de logements pour les travailleurs des entreprises. Cependant, il faudra aussi que les entreprises augmentent leur productivité, notamment grâce à la digitalisation, à la préfabrication et à l'implémentation de processus « industriels » dans les entreprises artisanales.

COMMENT SE PORTE L'ARTISANAT ?

En conclusion, je crois qu'il faut différencier le secteur, qui est en

MAIN-D'ŒUVRE

20.000 DÉPARTS À LA RETRAITE

Sur les 10 prochaines années, entre 20.000 et 23.000 personnes partiront à la retraite dans le secteur de l'artisanat, selon une étude de la Chambre des métiers présentée en novembre dernier. La pyramide des âges du secteur éclaire quant à la transmission essentielle du savoir-faire.



SOURCE: CHAMBRE DES MÉTIERS DE LUXEMBOURG

progression, des entreprises qui le composent et qui, elles, se voient confrontées à toute une série de défis. Le secteur se porte bien en général. L'entreprise artisanale doit cependant relever le défi de concilier le maintien ou l'augmentation du chiffre d'affaires avec une main-d'œuvre manquante tout en réalisant un bénéfice lui permettant, à terme, de tirer son épingle du jeu.

En tant qu'organisation, nous avons misé sur la formation continue, l'innovation technologique ainsi que l'énergie et la persévérance des chefs d'entreprise et de leurs salariés pour continuer à évoluer. C'est le pari que nous tenons. Car nous avons appris qu'il y a peu d'espoir de voir évoluer d'autres facteurs, comme le cadre légal, pour mieux répondre aux aspirations et nécessités des entreprises et de leurs travailleurs en ce début de 21^e siècle. ♦



ROMAIN SCHMIT
directeur,
Fédération
des artisans

PHOTO: Markus Weyand / (p. 48) - Markus Weyand / (p. 48)

paperJam
MEDIA ECONOMIQUE ET FINANCIER

Paperjam

Date: 01-01-2020

Page: 22

Periodicity: Monthly

Journalist: -

Circulation: 20 000

Audience: 65 000

Size: 190 cm²



PICTURE REPORT

18^E ÉDITION DES LABELS ESR

DATE 03.12.2019

LIEU CHAMBRE DE COMMERCE



L'INDR a remis à 38 entreprises le label ESR (entreprise socialement responsable), qui marque leur engagement dans une démarche responsable. 170 entreprises sont labellisées au Luxembourg.



Norman Fisch (INDR), Tom Oberweis (Chambre des métiers), Paulette Lenert (LSAP), ministre de la Coopération et de l'Action humanitaire, et Jean-Paul Olinger (UEL).



Le cabinet d'avocats Wildgen fait partie des 12 entreprises labellisées pour la première fois. 26 ont vu leur label renouvelé après une première période de trois ans.

➔ À 8 et 16 heures, comme plus de 33.000 abonnés, restez informé en vous abonnant à notre newsletter sur paperjam.lu.

PHOTOS: Michel Gornel / INDR

paperJam
MEDIA ECONOMIQUE ET FINANCIER**Paperjam**

Date: 01-01-2020

Page: 23

Periodicity: Monthly

Journalist: -

Circulation: 20 000

Audience: 65 000

Size: 208 cm²**MENTORING****Des mentors pour aider les PME à se développer**

Le programme Business Mentoring de la Chambre de commerce a 10 ans. Pour l'occasion, une asbl a été créée pour affirmer l'identité de l'initiative.

« On ne naît pas entrepreneur, on le devient », rappelait l'oscarisé Laurent Wiltz, producteur et directeur de Zeilt Productions, lors de la soirée du 5 décembre de Business Mentoring Luxembourg à la Chambre de commerce. Laurent Wiltz a lui-même bénéficié de ce programme de parrainage: « Mon mentor avait un œil extérieur, ce qui est précieux lorsque l'entreprise démarre et que l'on est isolé dans sa prise de décision ».

Née il y a 10 ans avec le concours de la Chambre de commerce et hébergée dans la House of Entrepreneurship, cette initiative permet en effet aux jeunes entreprises rete-



Gouvernance Claude Faber est le président de la nouvelle asbl.

nues d'être parrainées par des dirigeants – cadres ou entrepreneurs – aguerris, pendant 6 à 18 mois, qui leur apportent conseils et retours d'expérience pour soutenir leur développement. 120 entrepreneurs ont jusqu'à présent été coachés, grâce à un vivier de 50 mentors.

Les « mentorés » reconnaissent les bénéfices que cette expérience a pu leur procurer: « Nous avons besoin de nous confronter à un œil

extérieur bienveillant, mais aussi challengeant, pour prendre confiance en nous », note Agnès Rouillaux, cofondatrice de Craft et Compagnie. Tous les autres « mentorés » font ce même constat de l'importance d'un observateur externe, qui dispose d'un regard neuf sur leur business, et donc du recul nécessaire pour les aider dans leur prise de décision. Une expérience enrichissante pour des PME qui ne peuvent pas forcément s'offrir des prestations de consulting et qui ne disposent pas encore d'un réseau bien établi vers qui elles peuvent se tourner.

« Nous avons besoin de nous confronter à un œil extérieur. »

Agnès Rouillaux

Cofondatrice de Craft et Compagnie

Et ce programme de mentoring va évoluer. À l'occasion des 10 ans de l'initiative, une asbl (Business Mentoring Luxembourg, BML) a été créée, que présidera pendant un an Claude Faber, *partner* de la société de conseil Optimise et soutien de l'opération depuis ses débuts. « L'objectif consiste à renforcer l'identité du business mentoring, et à élargir son existence dans le tissu économique, en particulier en direction de l'artisanat », explique Claude Faber. Si la Chambre de commerce reste le sponsor principal du programme, l'asbl collaborera désormais aussi avec la Chambre des métiers.

Présent lors de la soirée du 5 décembre, Lex Delles (DP), ministre des Classes moyennes, a quant à lui défendu ce partage de savoir-faire et souligné l'ouverture d'esprit qu'il nécessite de la part des entrepreneurs. « La création de l'asbl BML ouvre de nouvelles opportunités. Et peu importe qu'un entrepreneur vienne de l'artisanat ou du commerce: c'est bien le regroupement autour de l'entrepreneuriat qui prévaut. » ♦ L.F.



 Journal
LÉTZEBUERGER
Pösch, Pöschler & Gesellschaft

Lëtzebuenger Journal

Date: 24-12-2019

Page: 21

Periodicity: Daily

Journalist: Catherine Kurzawa

Circulation: 4 000

Audience: 37 500

Size: 448 cm²

Entrepreneurs épaulés

Le Luxembourg peut compter sur de nombreuses institutions en faveur de l'entrepreneuriat, soulignent les ministres Etienne Schneider et Lex Delles

LUXEMBOURG

CATHERINE KURZAWA

Vu de l'extérieur, le Luxembourg est connu pour attirer le siège des grandes multinationales. Mais le pays entend aussi tirer son épingle du jeu en matière d'entrepreneuriat. D'ailleurs, la part des entrepreneurs dans la population active devance la moyenne des pays développés, selon le «Global Entrepreneurship Monitor Luxembourg», pointe le député déi gréng Charles Margue. Dans une question parlementaire, l'élu interpelle le ministre de l'Economie et celui des Classes moyennes sur le soutien aux entrepreneurs.

De la Chambre de Commerce à la Chambre des Métiers en passant par les fédérations patronales, la «House of Entrepreneurship», la «House of startups», le Technoport, Luxinnovation, la «House of Training» et les Mutualités de cautionnement, les institutions oeuvrant en faveur de l'entrepreneuriat ne manquent pas, répondent Etienne Schneider et Lex Delles.

L'échec, ce fantôme omniprésent

Pourtant, la peur de l'échec semble plus présente au Luxembourg puisqu'elle s'élève à 55% des entrepreneurs sondés contre 38% dans le reste de l'Europe. «Une réduction de l'échec passe avant tout par deux facteurs:

celui de la formation et celui de l'information», écrivent Etienne Schneider et Lex Delles. Et de citer l'offre de services proposée par d'un côté la «House of Training» avec 800 formations et 25.000 inscrits en 2019 d'un côté et la «House of Entrepreneurship» de l'autre qui, avec le site guichet.lu, offre une série d'informations aux chefs d'entreprises actives ou en devenir.

Et puis, le gouvernement souligne son soutien au tissu entrepreneurial via la loi PME, la loi RDI, le programme de performance «Fit4Start», la plateforme d'e-commerce letzshop.lu mais aussi les incubateurs.

Coup de jeune pour l'artisanat

Les plus jeunes entrepreneurs en herbe ne sont pas en reste, selon Etienne Schneider et Lex Delles qui rappellent les activités de sensibilisation de l'a.s.b.l. Jonk Entrepreneuren Luxembourg mais aussi l'a.s.b.l. Jonk Handwierk. Une campagne de communication sera d'ailleurs réalisée dans le courant de l'année 2020, annoncent les deux ministres. «Le but de cette campagne sera de mettre en avant les opportunités que peut offrir une carrière dans l'artisanat et de rendre le secteur artisanal plus attractif auprès du jeune public et des parents», complète le duo. ●



Des structures telles que la «House of Entrepreneurship» répondent aux questions des entrepreneurs, pointent les ministres

Photo: Editpress/Julien Garroy

«Une réduction de l'échec passe avant tout par deux facteurs: celui de la formation et celui de l'information»

ETIENNE SCHNEIDER ET LEX DELLES, ministre de l'Economie et ministre des Classes moyennes

**Le Quotidien**

Date: 24-12-2019

Page: 2-3

Periodicity: Daily

Journalist: -

Circulation: 8 214

Audience: 25 750

Size: 2 302 cm²**DOSSIER RÉTRO ÉCONOMIE**

Malgré une année difficile, le pays a continué sa marche en avant

L'économie du Luxembourg, qui entend se diversifier, a continué à croître, non sans mal, secouée par les incertitudes européennes et internationales. Mais au-delà des aspects macroéconomiques, le tissu luxembourgeois a réussi sa marche en avant en s'appuyant sur ses nombreux secteurs clés.

Mois par mois

JANVIER

22 La société JLL Luxembourg, spécialisée dans l'immobilier de bureaux et d'entreprise, affirme que le marché de l'immobilier de bureaux au Luxembourg bat des records et se rapproche de la barre symbolique des 250 000 m² avec un volume transactionnel annuel de plus de 245 000 m², soit une augmentation de 18 %.

Sur la totalité des transactions concernant l'immobilier d'entreprise, 1,9 milliard d'euros a été investi. Au niveau des prix, l'immobilier de bureaux au Luxembourg connaît des records. Ainsi, en centre-ville de la capitale, le mètre carré se loue environ 50 euros par mois, 36 euros au Kirchberg, 35 euros au Ban de Gasperich et 28,5 euros à Belval.

FÉVRIER

22 Ils sont toujours dans le viseur de l'Union luxembourgeoise des consommateurs, les

fameux frais bancaires opérés par les banques lorsqu'un client décide d'utiliser un guichet au lieu de son application mobile ou numérique. Une «injustice pour les personnes à mobilité réduite ou âgées», affirme Nico Hoffmann. Le président de l'ULC explique que ces personnes ne sont pas aussi à l'aise avec une tablette, un ordinateur ou un smartphone et préfèrent naturellement le contact humain du guichet.

MARS

1ER Avec une moyenne de 1 701 heures effectivement travaillées par an pour un salarié à temps plein, le Luxembourg, s'il est dans la moyenne européenne, se situe en fait sensiblement au-dessus de ses voisins, selon une étude du Statec. Le Luxembourg dépasse l'Allemagne (1 677), la France (1 544) et la Belgique (1 495). La moyenne du Grand-Duché est également supérieure à la moyenne de la zone euro (1 649).



L'industrie luxembourgeoise des fonds d'investissement poursuit sa croissance en 2019 pour atteindre en août 4 500 milliards d'euros d'actifs, un record, renforçant la place de deuxième centre de fonds le plus important au monde et premier en Europe du Luxembourg. L'industrie des fonds d'investissement occupe environ 15 000 personnes au Grand-Duché.



CROISSANCE

Dans un contexte économique européen et international difficile, miné par un ralentissement de la croissance et les incertitudes politiques entretenues par le Brexit ou encore la guerre commerciale entre les États-Unis et la Chine, le Luxembourg voit son économie ralentir, notamment dans l'industrie. En fin d'année 2019, au 3^e trimestre, le PIB croît de 3 % par rapport au troisième trimestre de 2018 et de 0,2 % par rapport au trimestre précédent. La croissance annuelle du PIB est donc révisée par le Statec : elle n'est que de 3,2 % au lieu de 3,7 % pour le deuxième trimestre et de 0,3 % au lieu de 1 % pour le premier trimestre.

**START-UP**

Depuis cinq à six ans, le Luxembourg s'est lancé dans l'aventure start-up avec l'idée de devenir une «start-up nation». En 2019, le pays dénombre un peu plus de 350 start-up et il existe plus de 15 incubateurs de jeunes pousses sur le territoire. Cette année, le tissu des start-up luxembourgeoises se structure même un peu plus avec notamment la création, en février, de la Fédération luxembourgeoise des startups (FLSU) et sa reconnaissance par la Chambre des métiers.

**COMMERCE****VERBATIM**

Il y a 155 voitures supplémentaires chaque semaine sur les routes du fait de la croissance continue de la main-d'œuvre frontalière

(Vincent Hein, économiste au sein de la Fondation Idea.)

Fin mai, le nouveau centre commercial Cloche d'or et ses 125 enseignes ouvrent avec l'ambition d'attirer huit millions de clients par an. Quelques mois plus tard, les Galeries Lafayette débarquent au centre-ville en intégrant le Royal Hamilius avec l'ambition d'attirer 4,5 millions de clients par an. Enfin, en décembre, c'est du côté du Kirchberg que s'ouvre un nouveau centre commercial avec Infinity, qui compte 22 commerces. En l'espace d'une petite année, trois centres commerciaux fleurissent donc dans la capitale. Cette poussée dans le commerce de détail soutient l'emploi avec une progression des effectifs de plus de 5 % sur un an au 2^e trimestre. Sans l'ouverture de ces centres commerciaux, l'emploi aurait ralenti de 3,9 % au 4^e trimestre 2018, à 3,8 % puis à 3,7 % au 2^e trimestre 2019. Cet élan dans le commerce de détail contribue également à une croissance plus forte du nombre des frontaliers français. Leur part dans le commerce de détail passe de 33 % en début d'année à 35 % à la mi-2019.



BREXIT

Le Luxembourg, qui fait partie des trois pays les plus exposés aux conséquences du Brexit selon Standard & Poor's, réussit finalement à en tirer quelques opportunités, notamment dans le secteur des assurances. Selon les experts, la perspective du Brexit a entraîné la création d'environ 800 nouveaux emplois au Luxembourg. Ils sont le fait de plusieurs sociétés venant de Grande-Bretagne afin de garder un pied dans le marché unique européen.

Une place financière contrastée

En deux ans, le secteur bancaire luxembourgeois a connu plusieurs plans sociaux. Mais malgré cette sinistre succession de plans, les effectifs de ce secteur sont en hausse depuis 2015. Paradoxe ou chiffres trompeurs? À l'approche d'un nouveau plan social chez RBC pouvant mettre sur le carreau près de 226 personnes, les regards se tournent en deuxième partie d'année vers le secteur bancaire luxembourgeois.

Lors de ces deux dernières années, le secteur voit passer sept plans sociaux. Pourtant, à en croire les données de la Banque

centrale du Luxembourg et du régulateur luxembourgeois, la CSSF, les effectifs du secteur, avec 26 638 personnes, sont en hausse de 0,6 % et même de 2,9 % depuis 2015. Les raisons évoquées pour expliquer le paradoxe de la concomitance entre plans sociaux et croissance de l'emploi sont nombreuses : changement des métiers de la banque, digitalisation, externalisation des services dans d'autres pays, environnement bancaire complexe, le tout enrobé d'une politique européenne de taux bas.



ENTREPRISES

Le nombre d'entreprises continue d'augmenter en 2019. Le Statec recense 36 323 entreprises au Grand-Duché. Par rapport aux 35 113 entreprises recensées en 2018, ce chiffre est en hausse de 3,45 %.

Google entretient le mystère

En décembre 2017, le Premier ministre, Xavier Bettel, et le ministre de l'Économie, Étienne Schneider, avait annoncé que Google avait choisi Bissen comme site potentiel pour accueillir un gigantesque centre de données. Depuis lors, Google a cultivé le mystère sur ses intentions, ce qui a débouché sur une crise politique dans la commune de Bissen. En effet, la possible arrivée du géant américain s'est accompagnée d'une

série de questions sur les infrastructures nécessaires, la consommation d'énergie, les conséquences économiques mais également environnementales, sans oublier l'aménagement nécessaire du PAG de la commune. En 2019, Google sort du silence en dépêchant un de ses dirigeants sur place afin de rassurer la population sans pour autant véritablement dévoiler ses intentions. Affaire à suivre en 2020.



ARTISANAT

Selon une enquête de la Chambre des métiers, le secteur de l'artisanat a besoin de trouver environ 9 400 salariés. Le premier employeur du pays, l'artisanat, tire la sonnette d'alarme sur le sujet tout en alertant sur la pénurie de main-d'œuvre au sein des 7 459 entreprises du secteur, qui occupent déjà 94 758 personnes, dont 88 128 salariés.



LIBERTY STEEL

L'usine sidérurgique de Dudelange passe dans le giron de Liberty Steel, un groupe qui appartient à l'Indien Sanjeev Gupta. Ce dernier se déplace en personne pour inaugurer et visiter le site dudelangeois. Il rencontre les équipes et les syndicats afin d'expliquer sa stratégie d'avenir pour ce site employant plus de 300 personnes.



AVIATION

L'aéroport du Findel continue sa croissance avec plus de 4 millions de passagers en 2019. Outre les compagnies aériennes de plus en plus nombreuses, l'offre de destinations s'étoffe également. Luxair reste la première compagnie aérienne de l'aéroport de Luxembourg avec 1,4 million de passagers transportés en 2019.

Mois par mois

AOÛT

22 À mi-année, Tesla affiche une belle croissance au Luxembourg et est largement en tête des ventes de voitures électriques avec 248 nouvelles immatriculations, soit 45,2 % du marché.

SEPTEMBRE

26 Selon Mastercard, 37 % des paiements électroniques par carte de crédit s'effectuent en sans contact au Luxembourg. D'après les transactions enregistrées par Mastercard en 2019, le secteur alimentaire est celui pour lequel le paiement sans contact est le plus utilisé, avec les supermarchés (25 %), les restaurants et fast-foods (24 %) et les commerces de proximité (14 %), qui comprennent les barbiers, pharmacies, libraires, etc.

28 La société Luxfactory annonce qu'elle dévoilera la liste des 20 start-up luxembourgeoises qui se rendront au mythique CES de Las Vegas. Après 8 start-up luxembourgeoises en 2018, 16 en 2019, ce sont donc 20 jeunes pousses luxembourgeoises qui iront se défendre au 53^e Consumer Electronics Show (CES) à Las Vegas en janvier 2020, rendez-vous incontournable de toutes les sociétés, start-up et investisseurs gravitant dans des domaines innovants.

OCTOBRE

30 Luxair annonce qu'il mettra fin à la liaison directe entre Sarrebruck et Berlin le 31 décembre. Cette route aérienne n'a pas eu la viabilité économique espérée.

NOVEMBRE

13 Sous l'effet d'une volonté des constructeurs automobiles de se concentrer sur les moteurs électriques, les plans de restructuration se succèdent dans le secteur thermique avec des impacts jusqu'au Luxembourg. Coup sur coup, les sociétés Delphi et Mahle-Behr décident de réduire la voilure au Luxembourg pour se recentrer sur d'autres sites en Europe. Résultat, plus de 300 emplois menacés au Grand-Duché.

14 Luxinnovation fête ses 75 ans d'existence. L'occasion pour l'agence de l'innovation de revenir sur son histoire et son parcours né, après le déclin de la sidérurgie, de la nécessité pour le pays et sa traditionnelle industrie d'accorder de l'importance à la recherche et au développement, jusqu'alors négligés.

DÉCEMBRE

16 L'index, pourtant prévu, n'est pas déclenché. D'un autre côté, dans la même semaine, le gouvernement annonce une hausse des accises sur le prix des carburants en 2020. Elle vient s'ajouter à une nouvelle taxe carbone de 20 euros la tonne. Est également annoncée une réforme à venir en 2020 sur la taxation des voitures consécutive à l'entrée en vigueur de la nouvelle norme WLTP. Rouler en 2020 coûtera donc plus cher.

**AUTOMOBILE**

Le marché automobile se dirige vers une troisième année consécutive de hausse. Sur les onze premiers mois de l'année, le marché luxembourgeois affiche déjà 51 881 nouvelles immatriculations, soit une croissance de 3,36 % sur un an. Pour signer un nouveau record en 2019, il suffit au marché automobile luxembourgeois de procéder à l'immatriculation de 931 voitures en décembre. Ce sera une simple formalité, sauf crise économique majeure et foudroyante. En effet, sur les 18 dernières années, le mois de décembre a affiché une moyenne de 2 623 immatriculations.

**BIG FOUR**

En cumulant leurs chiffres d'affaires, les Big Four pèsent 1,282 milliard d'euros au Luxembourg, soit une croissance de 6,4 % par rapport à 2018, et emploient environ 8 324 personnes. PwC reste le plus gros acteur avec un chiffre d'affaires de 464,4 millions d'euros

**CHÔMAGE**

En 2019, le taux de chômage au Grand-Duché oscille entre 5,1 % et 5,5 %.

**www.journal.lu**

Date: 24-12-2019

Periodicity: Continuous

Journalist: -

Circulation: 0

Audience: 1000

<https://www.journal.lu/article/entrepreneurs-epaulés/>

Entrepreneurs épaulés



Le Luxembourg peut compter sur de nombreuses institutions en faveur de l'entrepreneuriat, soulignent les ministres Etienne Schneider et Lex Delles

Vu de l'extérieur, le Luxembourg est connu pour attirer le siège des grandes multinationales. Mais le pays entend aussi tirer son épingle du jeu en matière d'entrepreneuriat. D'ailleurs, la part des entrepreneurs dans la population active devance la moyenne des pays développés, selon le «Global Entrepreneurship Monitor Luxembourg», pointe le député déi gréng Charles Margue. Dans une question parlementaire, l'élu interpelle le ministre de l'Economie et celui des Classes moyennes sur le soutien aux entrepreneurs.

De la Chambre de Commerce à la Chambre des Métiers en passant par les fédérations patronales, la «House of Entrepreneurship», la «House of startups», le Technoport, Luxinnovation, la «House of Training» et les Mutualités de cautionnement, les institutions oeuvrant en faveur de l'entrepreneuriat ne manquent pas, répondent Etienne Schneider et Lex Delles.

L'échec, ce fantôme omniprésent

Pourtant, la peur de l'échec semble plus présente au Luxembourg puisqu'elle s'élève à 55% des entrepreneurs sondés contre 38% dans le reste de l'Europe. «Une réduction de l'échec passe avant tout par deux facteurs: celui de la formation et celui de l'information», écrivent Etienne Schneider et Lex Delles. Et de citer l'offre de services proposée par d'un côté la «House of Training» avec 800 formations et 25.000 inscrits en 2019 d'un côté et la «House of Entrepreneurship» de l'autre qui, avec le site guichet.lu, offre une série d'informations aux chefs d'entreprises actives ou en devenir.

Et puis, le gouvernement souligne son soutien au tissu entrepreneurial via la loi PME, la loi RDI, le programme de performance «Fit4Start», la plateforme d'e-commerce letzshop.lu mais aussi les incubateurs.

Coup de jeune pour l'artisanat

Les plus jeunes entrepreneurs en herbe ne sont pas en reste, selon Etienne Schneider et Lex Delles qui rappellent les activités de sensibilisation de l'a.s.b.l. Jonk Entrepreneuren Luxembourg mais aussi l'a.s.b.l. Jonk Handwerk. Une campagne de communication sera d'ailleurs réalisée dans le courant de l'année 2020, annoncent les deux ministres. «Le but de cette campagne sera de mettre en avant les opportunités que peut offrir une carrière dans l'artisanat et de rendre le secteur artisanal plus attractif auprès du jeune public et des parents», complète le duo.

d'Land**d'Lëtzebuenger Land**

Date: 20-12-2019

Page: 32

Periodicity: Weekly

Journalist: Kévin Kroczek

Circulation: 7 500

Audience: 15 500

Size: 1 371 cm²**Rencontre avec João Godinho, luthier de guitares****À la recherche d'un son**

Kévin Kroczek

C'est à Itzig, dans la cave d'une maison familiale, que sont sans doute fabriquées les meilleures guitares *made in Luxembourg*. Les seules, diront les mauvaises langues. De fait, dans la catégorie luthier de guitares, professionnel et à temps plein, João Godinho fait figure d'exception au Grand-Duché. Une place acquise à force de passion et de travail. Son histoire – celle d'un artisan parti à la recherche d'un son propre à lui-même –, mérite d'être racontée.

Une rencontre est prévue un mercredi, en fin d'après-midi. Pour accéder à son atelier, on passe par l'arrière-cour où des escaliers étroits mènent à une porte entrouverte. João Godinho accueille ses invités en polo floqué du logo de son entreprise, son nom de famille en écriture manuscrite. Il est disponible, curieux et intarissable lorsqu'il se met à parler de sa vocation. Son atelier, composé de trois pièces est tel qu'on l'imagine. On découvre d'innombrables planches, rouleaux de cordes, produits et outils. Les nombreuses guitares classiques, électro-acoustiques ou portugaises, accrochées ici et là, ne laissent aucune place au doute.

João est donc un luthier de guitares, un indépendant agréé par la Chambre des métiers, à temps plein depuis mai 2016. « Ce métier spécifique n'existe pas ici. Disons que je suis un constructeur, réparateur et raccorder dans le domaine des cordes pincées ». Cette année, il a fabriqué une douzaine de guitares. « J'aime beaucoup ce que je fais. Je n'ai jamais été insatisfait. Les bois sont chers, je n'ai pas de stocks énormes, donc j'essaie de soigner au mieux mes constructions ». Pour ce qui est des réparations ou modifications entreprises, elles se comptent

par centaines. D'une simple révision à des cas plus extrêmes – comme celui d'un supporter de football malchanceux et compulsif qui a brisé sa guitare en deux, suite à la défaite de son club de cœur –, les demandes affluent.

Alors que « la construction de masse condamne à petit feu la construction artisanale », il a fait le pari d'en faire son métier, sur le tard, même si son enfance l'y prédisposait. Né il y a bientôt cinquante ans au Portugal, du côté de Lisbonne, João grandit dans un environnement musical. Son père est alors constructeur, réparateur et restaurateur d'accordéons. Ce contexte, déterminant avec le recul, lui permet de développer une facilité de contact avec la matière. La guitare arrive à sept ans lorsque son paternel lui en offre une, qu'il

s'empresse de bricoler. « J'ai vu mon père faire, je connaissais donc le principe ».

Adulte, il commence par faire des réparations pour le compte d'un magasin de musique. Il réalise ses réparations le soir, en autodidacte et en parallèle à son vrai travail, à l'époque alimentaire et éloigné du monde musical. Une rencontre déterminante avec un maître-luthier lisboète, suivie d'un apprentissage, le pousse à construire ses propres instruments. « Ça m'a lancé dans une autre dimension. Avec lui, je suis passé du domaine de la réparation à celui de la création. C'était quelque chose de mystérieux qui s'est ouvert à moi tout à coup ».

Muté au Luxembourg en 2004, il s'y installe avec sa famille et continue de pratiquer sa passion, toujours en parallèle à sa vie professionnelle. En 2006, il se présente directement au Conservatoire avec un instrument de sa création, du genre « je suis là, si vous avez besoin de quelque chose,

n'hésitez pas ». Du cercle classique jusqu'à la scène *death metal*, la sauce prend et João Godinho devient peu à peu un nom incontournable.

« À Lisbonne ce n'est pas évident de se payer un salaire avec la construction et la réparation de guitares. Dieu merci, au Luxembourg, on a plus de pouvoir d'achat. Mais mes créations restent abordables, ce ne sont pas des prix exagérés.

Lorsque je mets en vente un modèle à 2 900 euros, je pourrais, en comptant les heures de travail, le proposer à 5 000 euros, mais il ne se vendra pas. Je préfère mettre mes guitares entre les mains des musiciens ».

Il s'est donné comme principe de servir du mieux qu'il peut. « Un gars qui entre ici, je n'accepte pas l'idée qu'il reparte sans avoir obtenu ce qu'il voulait ». Et João Godinho d'ajouter : « J'aime mon travail, j'aime la musique, j'aime les musiciens. Je pense que le rapport que j'ai développé avec eux dépasse le cadre de la clientèle ». C'est justement à ce moment précis que la discussion est interrompue par un toc toc. Derrière la porte, un musicien

« À Lisbonne ce n'est pas évident de se payer un salaire avec la construction et la réparation de guitares. Dieu merci, au Luxembourg, on a plus de pouvoir d'achat. »

João Godinho

brésilien qu'il connaît depuis dix ans et qui vient récupérer une belle Gibson patinée. La discussion est chaleureuse. Si João aime autant les musiciens, c'est qu'il l'est aussi. Il tempère. « Je ne suis pas un super musicien, mais je joue très régulièrement ».

La question de savoir s'il faut-il être un bon guitariste pour fabriquer de bonnes guitares se pose justement. « C'est difficile à dire, mais je suis convaincu que le fait d'être musicien représente un grand avantage. Quand je construis une guitare, j'ai besoin de savoir la faire sonner ». Il évoque aussi la dimension charnelle et parfois chimique de ses instruments. « Les guitares sont faites de bois, une matière vive, organique, et qui n'est pas homogène ou uniforme. Tu peux fabriquer trois guitares identiques issues du même morceau de bois et elles n'auront pas forcément le même comportement mécanique ou acoustique à l'arrivée ».

Entrepreneur, il l'est aussi, avec toutes les pressions qui peuvent en résulter. « Beaucoup de gens regardent d'abord les chiffres. Bien sûr que j'ai besoin de payer mes factures, car la vie ici n'est pas donnée. Je dois assurer, payer mes charges, la sécurité sociale, la tva etc. ». Il relativise d'ailleurs sur la vision romantique qu'on peut avoir d'un luthier. « Oui c'est ma passion, mais parfois ça me fatigue aussi. Je ne reste pas toute la journée dans mon atelier à rigoler. Les choses n'apparaissent pas par miracle. Mes mains sont usées ». En contrepartie, cette passion lui permet aujourd'hui encore d'en vivre et surtout de reconnaître ses propres guitares à l'écoute. « Elles ont un son. Un son particulier » dit João Godinho en présentant une de ses créations, dorée. Et c'est peut-être ça le plus important.



Dans la catégorie luthier de guitares, professionnel et à temps plein, João Godinho fait figure d'exception au Grand-Duché



Son atelier, composé de trois pièces, est tel qu'on l'imagine. On découvre d'innombrables planches, rouleaux de cordes, produits et outils

d'Land

d'Lëtzebuenger Land

Date: 20-12-2019

Page: 30

Periodicity: Weekly

Journalist: Peter Feist

Circulation: 7 500

Audience: 15 500

Size: 1 560 cm²

Putzen muss ja jeder

Peter Feist

„Schauen Sie sich diese Tasse an“, sagt Simon Tritz zu seinem Journalistenbesuch, mit dem er in seinem Büro bei einem Kaffee sitzt. „Wenn die Herstellung der Tasse drei Euro gekostet hat, dann können darin Reinigungskosten von fast einem Euro stecken.“

Wer hätte das gedacht: Der Aufwand zum Putzen kann in der Industrie bis zu dreißig Prozent vom Gestehungspreis eines Produkts ausmachen. Das klingt nach einer Menge Geld. „Das ist enorm!“, bestätigt Tritz und nickt nachdrücklich. Daraus folge, dass nicht wenig Geld sparen kann, wer clever putzt. Wie das geht, weiß Simon Tritz und hat daraus seine Geschäftsidee gemacht. Dieses Jahr war er damit nominiert für den Preis des *Meilleur créateur d'entreprise dans l'artisanat*, den die Handwerkskammer vergibt. Tritz' Firma BSI Cleaning biete „Nettoyage 4.0“ an, hielt die Handwerkskammer fest. Das erinnert an „Industrie 4.0“. Schickt Simon Tritz Putzroboter zu seinen Kunden?

Das nicht gerade. Aber „intelligenter“ machen will er Reinigungsprozesse. Selbst an automatisierten Fließlinien in der Industrie, wo Roboter zu Werke gehen, werde mitunter noch von Hand geputzt, mit Bürsten oder Schwämmen. Tritz versucht das durch Technologien zu ersetzen, die zugleich ökologisch sind. Oder sie, wenn möglich, in die Produktionslinie zu integrieren. Eventuell kommt dann ein Roboter zum Einsatz. Keiner mit einer Bürste in der Maschinenhand, sondern vielleicht einer, der einen Plasmastrahl über zu reinigende Teile fährt. Ein solches Roboter wird in der Werkhalle von BSI Cleaning derzeit montiert. „Wir bauen Reinigungslösungen in Produktionsabläufe ein, oder wir putzen selber.“ Sei es, dass BSI Cleaning dann zu den Kunden fährt, sei es, dass die ein zu säuberndes Teil abgeben. Privatleute tun das zum Beispiel, bringen Autoteile oder Kunstwerke an. „Unsere Lösungen sind nicht nur für die Industrie gut“, betont Tritz. „Meine Anfangsidee war sogar, nur für Privatleute tätig zu werden, aber die habe

ich dann fallengelassen.“

„4.0“ an seiner Firma sei die Expertise, die jeder Kunde erhält. So ähnlich, wie „Industrie 4.0“ verspricht, durch Vernetzung von Produzenten und Lieferanten derart flexibel auf Kundenwünsche eingehen zu können, dass selbst in einer Serienproduktion viele Unikate hergestellt werden, so verspricht Simon Tritz jedem Kunden eine maßgeschneiderte Reinigungs-Lösung. So etwas, behauptet er, biete auf der ganzen Welt kein anderes Unternehmen an. „Raffinierte Reinigungstechnologien haben viele im Angebot, wir auch. Doch die anderen haben Kataloge mit *One size fits all*-Lösungen. Wir nicht.“

BSI Cleaning hat drei Technologien im Portfolio: Da wären zum einen die Trockeneis-Pellets, die ein Hochdruck-Luftstrom auf die zu reinigende Oberfläche schießt. In der Lebensmittelindustrie und der Gastronomie wird das viel genutzt. Da wäre zweitens die Laser-Reinigung, mit der Rost und Beschichtungen abgelöst oder Teile für neue Beschichtungen vorbereitet werden. Und drittens die Plasma-Reinigung: Tritz nutzt eine Methode, bei der Druckluft unter Hochspannung in elektrisch geladene und neutrale, deshalb chemisch sehr reaktive Teilchen zerlegt wird. Auf die zu reinigende Oberfläche wirkt das Bombardement mit den Teilchen sowie deren chemische Reaktion. Und die Temperatur des Plasmas, die mit 200 bis 300 Grad Celsius aber niedrig genug ist, dass sich mit dem Verfahren sogar Papier reinigen lässt – vorausgesetzt, der Plasmastrahl wandert schnell genug darüber, so dass es kein Feuer fängt.

Für die meisten Probleme, sagt Simon Tritz, ließen sich zwei der drei Verfahren anwenden. Welches das Beste ist und wie es konfiguriert werden muss, um dem Kunden optimal zu nützen, kläre die Vorab-Studie. „Darin besteht meine Innovation. Die Technologien selber gibt es schon länger, die Trockeneis-Reinigung ist schon 30 Jahre alt. Ich verkaufe nicht bloß etwas, ich komme meinen Kunden auch entge-

gen und mache sie zufriedener. Das stellt auch mich zufrieden, das ist sehr wichtig für mich.“

Die Idee, es anders machen zu wollen als die anderen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten, kam Simon Tritz in seiner früheren Tätigkeit als Ingenieur. Zehn Jahre lang war er in der Industrie tätig, vor allem in größeren Gruppen, hatte leitende Positionen in der Konzeption von Maschinen und der Technologieentwicklung inne. „Auf Reinigungsprobleme stieß ich immer wieder. Als ich sie zu lösen versuchte, bekam ich Besuch von Vertretern mit Katalogen, die mir erzählten, jene Lösung sei noch besser als diese, die aber ebenfalls nicht ganz schlecht sei, weil immerhin besser als eine dritte. Ich verstand nichts, wie sollte ich auch?“

Es war diese Unzufriedenheit, die Tritz' Geschäftsidee keimen ließ. Eigentlich, sagt der Franzose, der seit 2007 in Luxemburg arbeitet, von sich selber, ein geborener Unternehmer zu sein. „Ich wollte schon als kleiner Junge meine eigene Firma haben. Das hat mich nie losgelassen. Doch auf die gute Idee musste ich warten.“

Vor sechs Jahren begann er sein Unternehmen zu konzipieren. Vor fünf Jahren hob er es aus der Taufe, blieb aber bis 2017 in seiner früheren Anstellung, wenngleich am Ende nur noch halbtags. „Ich bin jemand, der es überhaupt nicht mag, nicht

Bescheid zu wissen“, sagt Simon Tritz über sich selbst. „Ich wollte lernen, ehe ich loslege, und habe gelernt – von Buchhaltung über Marketing bis hin zu internationalen Finanzen.“ Administrativ sei es nicht schwer, Unternehmer zu werden. „Das ist innerhalb eines Monats erledigt.“ Doch ein angehender Betriebsgründer könne kaum genug wissen: „Es wagen viele diesen Schritt, davon ist viel in den Medien die Rede, wieso auch nicht. Doch die meisten sind nach ein bis zwei Jahren am Ende, sind vielleicht zu schnell vorgegangen, haben sich im Personal geirrt oder im Marketing.“ Man dürfe nicht verheimlichen, mit welchen Opfern es verbunden ist, Unternehmer zu werden: „In den ersten drei Jahren arbeitet man 80 Stunden die Woche und muss alles selber machen.“

Im Juni zog Tritz mit seiner Firma in den Technoport in Foetz, einen „Inkubator“, den das Wirtschaftsministerium betreibt. Vom Technoport

„Man darf nicht verheimlichen, mit welchen Opfern es

verbunden ist, Unternehmer zu werden. In den ersten drei Jahren arbeitet man 80 Stunden die Woche und muss alles selber machen.“

schwärmt er. Nicht nur, weil er dort neben Büroräumen auch eine Werkhalle für einen guten Preis mieten konnte – „zu Beginn hatte ich ein Büro in Luxemburg-Stadt und habe Maschinen daheim in meiner Garage montiert“ –, sondern auch, weil der Inkubator, der mehrere Gebäude und Hallen im Gewerbegebiet Foetz umfasst, „wie ein Ökosystem“ sei. „Man hat den Eindruck, zu einem Ganzen zu gehören; das ist für einen Firmengründer nicht zu unterschätzen.“

Die Sache mit dem Ökosystem, allerdings in größerem Maßstab, sei übrigens auch einer der Gründe, weshalb er seine Firma in Luxemburg und nicht in Frankreich angesiedelt habe: „Hier sind die Beziehungen zwischen Unternehmen generell intensiver als in Deutschland oder Frankreich, das ist gut fürs Geschäft.“ Für Simon Tritz wiegt das die Kostenfrage auf – weniger die der Gehälter, vielmehr die der Betriebsanlagen: „In Frankreich kostet eine Halle halb so viel.“ Die relative Nähe zwischen den Firmen hierzulande nutzt er, so gut er kann. „Wenn möglich, greife ich auf lokale Lieferanten zurück, und ich habe auch viele.“ Die liefern zum Beispiel Komponenten für die Reinigungsautomaten, die Tritz in der Halle in Foetz montieren lässt. Ein bis drei Monate dauere

so eine Montage. Neben Reinigungslösungen bietet BSI Cleaning auch Trockeneis an. Die Eis-Pellets für die Hochdruckreinigung stellt die Firma selber her und über den Eigenbedarf hinaus: „Wir sind der einzige Trockeneis-Produzent in Luxemburg.“ Im Dezember sei der Bedarf wegen des Weihnachtsessen-Geschäfts besonders groß. Um die 15 Tonnen liefert Tritz dann an Läden und Restaurants.

Der zweite Grund, der für ihn für Luxemburg spricht: „Die Reputation der Luxemburger Industrie im Ausland ist sehr gut. Ich merke das, weil ich viel international unterwegs bin.“ Es komme zwar vor, dass jemand ihn fragt: „Ach, aus Luxemburg kommen Sie, da gibt es nicht nur Banken?“ Auf so eine Frage hin einen lebenden Beweis dafür antreten zu

können, dass der Finanzplatz nicht alles ist, sieht Tritz als „Exportleistung“, die er zusätzlich erbringt.

Im Ausland ist BSI Cleaning zunehmend aktiv. Tritz hat dort Franchise-Nehmer, vier in Frankreich, zwei in Deutschland und je einen in Belgien, Portugal und Marokko. Sie vermarkten Expertisen-Leistungen und treten als Subunternehmer auf. Ein Start-up sei sein Unternehmen nicht mehr, erklärt Tritz. „Vor ein paar Monaten haben wir den *Break-even point* überschritten. Ich denke aber, die Frage, Start-up oder nicht, ist weniger eine ökonomische als eine psychologische.“

Das nächste Jahr werde eines der Veränderungen, sagt Tritz. BSI Cleaning hat potenzielle Investoren

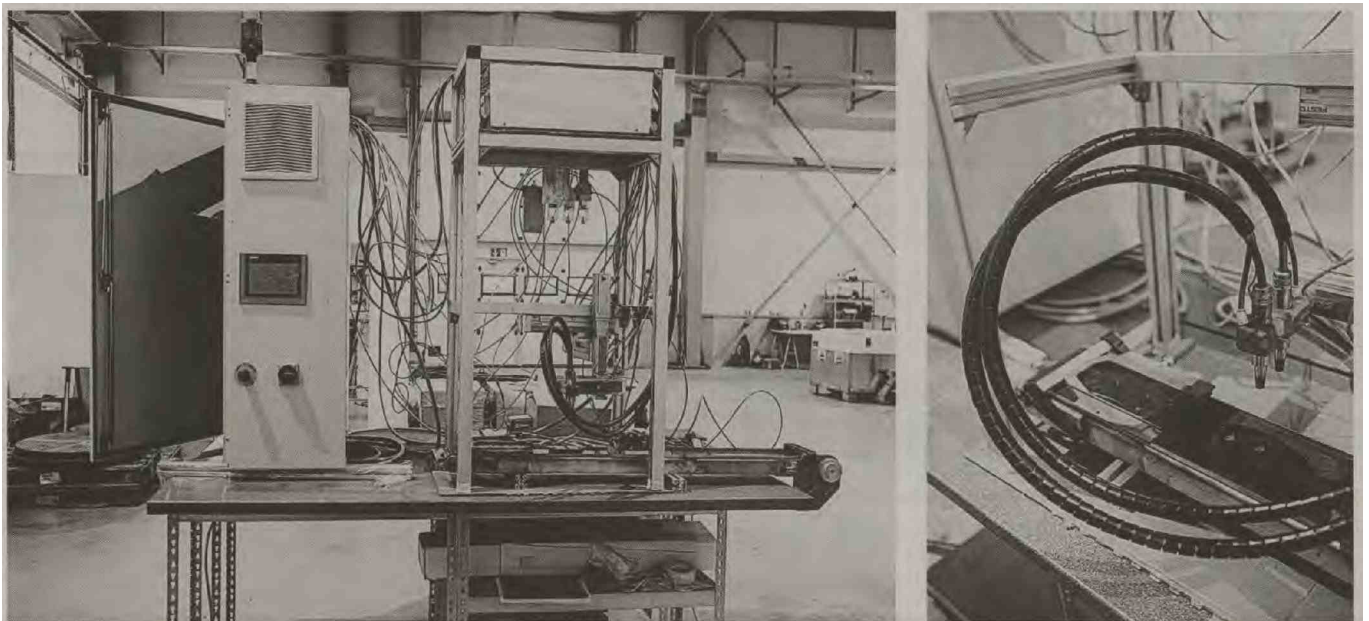
auf sich aufmerksam gemacht. Was genau sich daraus ergeben wird, kann Tritz noch nicht sagen, aber die Auftragslage der Firma sei so gut, dass die derzeit neun Mitarbeiter nicht mehr reichen. Weiteres Wachstum erfordere Kapital. Der potenzielle Markt sei groß. „Es gibt ja überall Reinigungsprobleme.“ Manchmal ist ihre Lösung sogar mit einem besonderen Erlebnis verbunden. Tritz erinnert sich, wie er selber mit Mitarbeitern eine Woche in einem Weltraum-Observatorium in Südfrankreich mit der Reinigung der Spiegel von Teleskopen zu brachte. „Wir haben in der Zeit auch da gewohnt und natürlich immer wieder durch die Teleskope geschaut. Das war fantastisch, man hatte den Eindruck, im Weltraum zu sein.“

So wie seine Firma biete keine andere auf der Welt „Nettoyage 4.0“ an, sagt Simon Tritz. Stimmt vielleicht, denn Tritz war sogar schon im Weltraum. Sozusagen



Sven Becker

Ein Betriebsgründer könne nicht genug lernen, ehe er loslegt. „Ich bin einer, der es überhaupt nicht mag, nicht Bescheid zu wissen“



Hier entsteht ein Plasma-Reinigungsroboter, der in eine Produktionslinie integriert werden soll

d'Land

d'Lëtzebuenger Land

Date: 20-12-2019

Page: 29

Periodicity: Weekly

Journalist: Bernard Thomas

Circulation: 7 500

Audience: 15 500

Size: 1 161 cm²

Big Four

Bernard Thomas

Confiserie Namur SA (1861) Longtemps, Namur était considéré comme le nec plus ultra par une bourgeoisie où s'était conservée héréditairement la connaissance des bonnes adresses. Mais les dernières quinze années ont été dures pour la vieille dame de la pâtisserie luxembourgeoise. En automne 2017, Namur emménage dans ses somptueux ateliers situés dans la zone d'activités de Hamm. La confiserie tombe au mauvais moment au mauvais endroit. Au lendemain de la crise financière, le développement du parc de bureaux est bloqué. Les grandes salles de réception restent à moitié vides et Namur commence à cumuler les pertes : 1,3 million d'euros en 2007, 1,5 million en 2008, 562 000 en 2009, 590 000 en 2010 et 260 000 en 2011...

Ce sera Cactus qui offrira un moment de répit à Namur. En mars 2012, la chaîne de supermarchés commence à vendre les glaces artisanales de la maison Namur dans ses rayons. Lentement, le pâtisier remonte la pente et renoue avec de (modestes) bénéfices. Entre 2015 et 2017, l'entreprise replonge, mais moins profondément. Elle affichera successivement des pertes de 184 000, 12 000, respectivement 4 500 euros.

Étant donné cette précarité, le choix d'ouvrir un nouveau point de vente dans le gigantesque *shopping mall* du Ban de Gasperich apparaît comme téméraire. Namur entre dans Becca-Ville par la grande porte. Son magasin a une surface de 700 mètres carrés, est ouvert de huit heures du matin à huit heures du soir, tourne à 18 salariés. « Je suis heureux que nous y soyons, le projet est très intéressant », dit Max Nickels, qui gère la maison

Namur en sixième génération. Puis d'admettre qu'il préférerait qu'il y ait plus de passage. C'est que « le Ban de Gasperich doit encore se trouver » : « Il s'agit d'un nouveau concept auquel les Luxembourgeois ne sont pas encore habitués. »

Fischer SA (1913) Sur le marché luxembourgeois, Fischer semble rassasié. Cela fait vingt ans que la chaîne stagne à une soixantaine de points de vente. Ce qui, en soi, constitue un maillage très étroit : La moitié de toutes les boulangeries portent aujourd'hui l'enseigne Fischer. Ceci est le résultat d'un long processus de concentration qui, depuis les années 1970, a vu le nombre de patrons boulangers passer de 383 à 95. Un à un, les emplacements vacants ont été repris par le mastodonte local. Mais Fischer avale également ses grands concurrents : la Mierscher Bäckerei en 2004, Schwan en 2006.

Contrôlé par la dynastie Muller, propriétaire des Moulins de Kleinbettingen et de la fabrique Panlux, Fischer conçoit actuellement son expansion en-dehors des frontières nationales et veut conquérir l'Est de la France. Tenant à livrer de la pâte à pain fraîche, la firme a défini une zone de chalandise allant jusqu'à Reims et Strasbourg. Deux magasins ont ouvert sous enseigne Fischer à Reims, ainsi qu'une respectivement à Nancy, à Guénange et à Richemont, deux villages situés entre Thionville et Metz. Fischer fournit le nom, le marketing et l'expertise technique ; le franchisé paie un ticket d'entrée de 40 000 euros et reversera quatre à cinq pour cent de son chiffre d'affaires en « royalties ». Dans ses brochures de promotion, Fischer indique que se lancer en tant que franchisé coûtera, frais d'aménagement inclus, entre un quart et un demi-million d'euros.

Outre-Moselle, la greffe Fischer n'avait pourtant pas pris. Les douze magasins ont entretemps tous fermés, la faute à une gamme de produits jugée trop française et trop chère pour les palais et portefeuilles allemands. Quant à la Province de Luxembourg, elle serait trop faiblement peuplée pour qu'un réseau de franchises y fasse du sens, estime la directrice de Fischer, Carole Muller.

Alors qu'Oberweis, Namur et Hoffmann marchent sur les plates-bandes des traiteurs et bouchers – qui le leur rendent bien : Kirsch, Cocottes et Steffen sont en pleine expansion avec une large sélection de sandwichs –, Carole Muller dit vouloir se concentrer sur son cœur de métier. Dans le salé, Fischer se cantonne aux sandwichs, pâtés au Riesling, pizzas, plus quelques salades. « À un moment, on cuisinait dans des filiales Fischer, comme à Clervaux ou à la Stäe-replatz. Mais j'ai dit : On n'est pas cuisiniers, on se concentre sur notre gamme, sur ce qu'on connaît. » Reste que les frontières traditionnelles entre boulanger-pâtissier, traiteur et boucher-charcutier se sont dissoutes. Pour son brevet de maîtrise « artisan en alimentation » qu'elle a introduit il y a deux ans, la Chambre des métiers a ainsi choisi une approche « transversale » réunissant différents métiers.

Oberweis SA (1964) Oberweis a réussi à dépasser sa rivale Namur. Cette dernière est freinée par le poids de son histoire, vendant à ses clients les goûts de leur enfance. Des glaces moka aux monts-blancs, Namur semble condamné à recréer ses « greatest hits ». À l'opposé, Oberweis mise sur une gamme régulièrement renouvelée. Depuis 2009, ses profits dépassent le million d'euros. Élu président de la Chambre des métiers en 2017, Tom Oberweis a définitivement intégré la notabilité patronale.

La stratégie d'expansion de la famille a été prudente ; tous les magasins restent concentrés dans la capitale et sa périphérie. Via des alliances avec les multinationales Sodexo et Select Service Partners, la firme est entrée à l'Hôpital Kirchberg et à l'aéroport du Findel. Les Oberweis aiment à se présenter comme artisans, produisant peu pour une clientèle sélecte. Une ambition qui s'affiche dans leur luxueux magasin Grand-Rue, qui ressemble davantage à une bijouterie qu'à une pâtisserie. Or, Oberweis SA s'est ménagée de la marge pour croître. Elle a acquis un terrain de deux

Les boulangeries-pâtisseries Namur, Fischer, Oberweis et Hoffmann – Panorama

hectares à Munsbach dans l'idée d'y aménager un jour ses ateliers. (Un projet qui est resté bloqué par le retard qu'avait pris la procédure pour le nouveau PAG de la commune de Schuttrange.)

Hell's Bakery SA (2018) Personne ne l'avait vu venir. Jean-Marie Hoffmann, le petit boulanger de Bonnevoie, a pris par surprise les Oberweis, Nickels et Muller. Le quinquagénaire aura déboursé 25 millions d'euros (via un prêt bancaire garanti par la Mutualité des PME) pour racheter la Pâtisserie Schumacher, c'est-à-dire une fabrique à Wormeldange et les fonds de commerce de 18 points de vente. Il est passé d'une boulangerie de 35 salariés à une firme qui en compte plus de 200. En février 2018, il fait renommer, au Registre de commerce, la Pâtisserie Schumacher en « Hell's Bakery SA », un hommage à l'émission de télé-réalité américaine présentée par Gordon Ramsay, l'orangeux chef britannique auquel Hoffmann aime à se comparer.

Fin 2017, la reprise s'était faite dans la précipitation. Hoffmann n'avait disposé que de quelques semaines

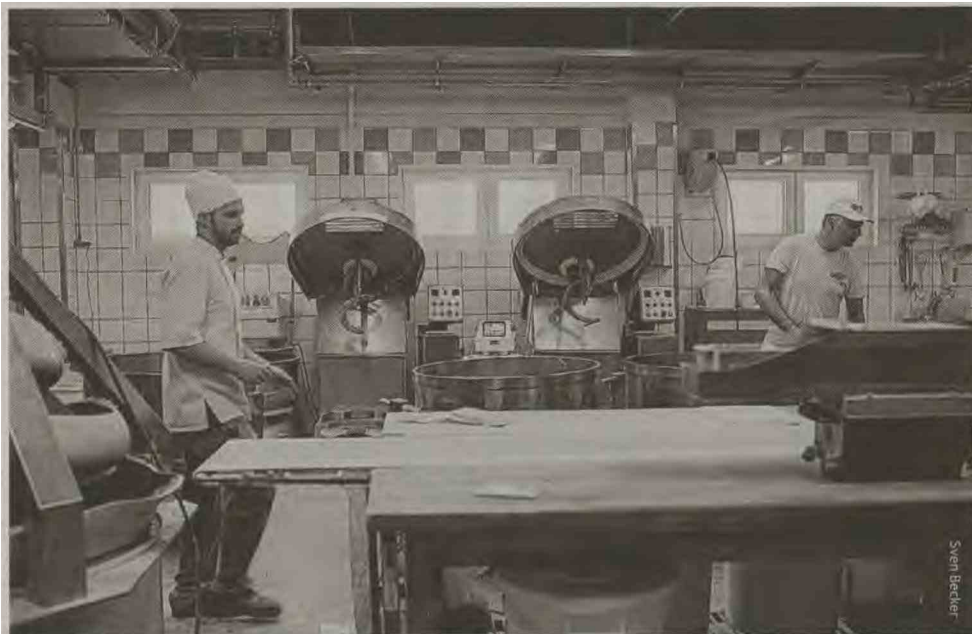
entre la signature de vente et la reprise des opérations. Du coup, il a dû improviser. Hoffmann dit avoir entretemps appris à déléguer, à sextirper du micro-management. Ses deux enfants, Kelly et Dustin Hoffmann, ont intégré l'entreprise. L'un comme comptable, l'autre dans les ateliers, du moins initialement. Car en tant que fille du patron, estime Jean-Marie Hoffmann, elle aurait malheureusement eu un traitement de faveur de la part de ses supérieurs ; ce qui l'a poussée à se concentrer sur les boutiques et le contrôle hygiène.

Hoffmann évoque les projets de trois nouveaux magasins actuellement en cours de négociation. D'autres tournent au ralenti. Assiégé par les chantiers, le point de vente avenue de la Liberté aurait connu une chute du chiffre d'affaires de plus de quarante pour cent. « À l'heure actuelle, je suis plus enclin à fermer le magasin qu'à le laisser ouvert. Je songe plutôt à un deuxième point de vente dans le centre, genre la Place d'Armes. » La filiale en face des Rives de Clausen a enregistré une baisse de plus de cinquante pour cent, suite au déménagement d'Amazon, parti sur le plateau du Kirchberg.

2018 aura été l'année de tous les périls pour Hoff-

mann. « Certains fournisseurs et confrères pensaient que je n'allais pas tenir ». D'abord, parce que les investissements dans les infrastructures se sont avérés plus importants que prévus. Ensuite, parce que le nouveau régime installé dans les ateliers et magasins aura provoqué le départ de nombreux employés. Il aurait fait « un peu plus pression », dit Hoffmann :

« Mais c'est comme au foot, lorsqu'on passe de la BGL-Ligue à la Ligue des Champions ». Le chiffre d'affaires aurait fait un bond de quelque cinq millions. « En une année, nous avons tout rattrapé. S'il n'y a pas de chute en décembre, nous devons même faire un petit bénéfice en 2019 », dit Hoffmann. « En 2020, nous allons vraiment commencer. »



Sven Becker

Lé challenger : Fabrique de la Pâtisserie Hoffmann à Wormeldange



Patrick Galbats

La vieille dame : Salon de consommation de Namur



Sven Becker

Jean-Marie Hoffmann : « Ils pensaient que je n'allais pas tenir »



Hégémonie : Panelux (Fischer) à Roodt-sur-Syre



Le dernier chic : Atelier d'Oberweis à la Cloche d'Or

d'Lëtzebuenger Land

Date: 20-12-2019

Page: 24-25

Periodicity: Weekly

Journalist: -

Circulation: 7 500

Audience: 15 500

Size: 2 431 cm²

Wie junge Luxemburger Designer sich zusammentun und neue Räume erschließen

Wir (er)schaffen das

Pol Schock

Küb Sie schneidet noch schnell eine rote Paprika. Dann hält sie die Hände unter den Wasserhahn, wischt sie ab und streckt die Hand aus. „Hallo, ich bin Laura. Willst du ein Glas Apfelsaft – oder vielleicht lieber eine Paprika?“ Laura Ly Folschette ist Grafikdesignerin, Unternehmerin und gelegentlich auch Köchin. Denn im Küb in Düdelingen wird nicht nur gearbeitet und designt, sondern auch gemeinsam gekocht und gespeist.

Das Küb ist ein Ort, den man in urbanen Räumen wie Amsterdam, Köln, Berlin oder Zürich vermuten würde. Jedoch kaum in Düdelingen. Was es genau mit dem Küb auf sich hat, lässt sich schwer in nur einem Begriff zusammenfassen. Es handelt sich um eine Art Hybrid: ein *Concept Store*, in dem vorwiegend Luxemburger Designer, etwa Roxanne Flick, Julie Wagner oder auch Lucie Majerus, ihre Produkte verkaufen können. Ein *Coworking Space*, in dem bis zu acht kreative Unternehmer, darunter die Produktdesigner Serge Ecker und Raoul Gross, arbeiten können. Und ein Ort, wo regelmäßig Workshops und Ausstellungen stattfinden. Im Idealfall finden Konzeption, Produktion und Verkauf eines Produktes in ein und demselben Raum statt.

Hinter diesem multifunktionalen Laden stecken Laura Ly Folschette sowie ihr Geschäfts- und Lebenspartner Olli Eickholt. Beide haben sich 2005 während ihrer Design-Studien in Köln kennengelernt. Die Idee zu einem Ort wie dem Küb schwebte ihnen schon lange vor, doch bis zur Umsetzung sollten noch einige Jahre vergehen. Das 1535° in Differdingen war

nach Studienende der geeignete Platz, um zunächst als Grafiker Fuß zu fassen. „Man hat uns den nötigen Freiraum gegeben, unsere Grafikagentur zu entwickeln und uns mit kreativen Köpfen auszutauschen“, so Folschette. Doch es war für die beiden nur eine Zwischentappe auf dem Weg zum eigenen Creative Hub. Die Stadt Düdelingen war vom Konzept der beiden ebenfalls überzeugt, sodass sie ihnen kurzerhand das Lokal mitten in der Fußgängerzone zum fairen Preis von 1 600 Euro für zwei Jahre zur Verfügung stellte. Seit dem 28. September sind die Türen des Küb geöffnet.

Am Gronn Doch das Küb ist nicht der einzige Ort, an dem kreative Jungunternehmer sich verwirklichen wollen. Vor wenigen Wochen haben Irina Moons und Maida Halilovic einen artverwandten *Concept Store* in der Hauptstadt eröffnet. Am Gronn nennt sich die Geschäftsidee, die neben einem *Coworking Space* und einem Laden auch Ausstellungen kuratieren soll. Die Produktdesignerin Irina Moons hat sich – ähnlich wie Folschette und Eickholt – als unternehmerisches Ich im 1535° ein kreatives Netzwerk aufgebaut. Maida Halilovic hat in mehreren Kommunikationsagenturen gear-

Das Kollektiv kämpft gegen ein großes Missverständnis in Luxemburg an: Design gelte für viele nur als Spielerei



beitet. Die beiden Frauen kennen sich seit der Schulzeit und träumten stets von einer gemeinsamen Cocktailbar. Dieser Traum ist noch nicht ausgeträumt, denn in einer nächsten Phase soll ein Café Am Gronn entstehen. „Und warum sollte man nicht auch Cocktails servieren?“

„Ich hatte schon länger ein Auge auf diese Adresse geworfen“, so Moons. Doch die administrativen Hürden und das finanzielle Risiko bremsen das Projekt aus. Nach hartnäckigem Kampf durch die Mühlen der Bürokratie gab der Fonds de Logement schließlich grünes Licht. Monatsmiete: 3 250 Euro. Kautions: rund 18 000 Euro. „Klar, da mussten wir erst einmal schlucken.“ Aber die Freundinnen dachten sich dennoch: Jetzt oder nie. Mit familiärer Unterstützung sowie der Hilfe des Programms Fit for Entrepreneurship der Adem konnten sie ein Startkapital von etwa 50 000 Euro aufbringen und einen überzeugenden Business-Plan aufstellen. Am Gronn soll zu einem Raum werden, wo Design *Made in Luxembourg* Wertschätzung erfahren soll. „Wir finden es eigentlich erstaunlich, dass bisher nur wenige solcher Orte in Luxemburg entstanden sind.“ Die beiden Frauen erhalten deshalb viel Zuspruch für ihren *Con-*

cept Store mit *Coworking Space* mitten in der Unterstadt. „Uns wird immer wieder gesagt, wie mutig wir doch sind.“ Mittlerweile werden sie schon stutzig, wenn sie derlei Schulterklopper erhalten. „Ist unsere Idee denn so verrückt?“

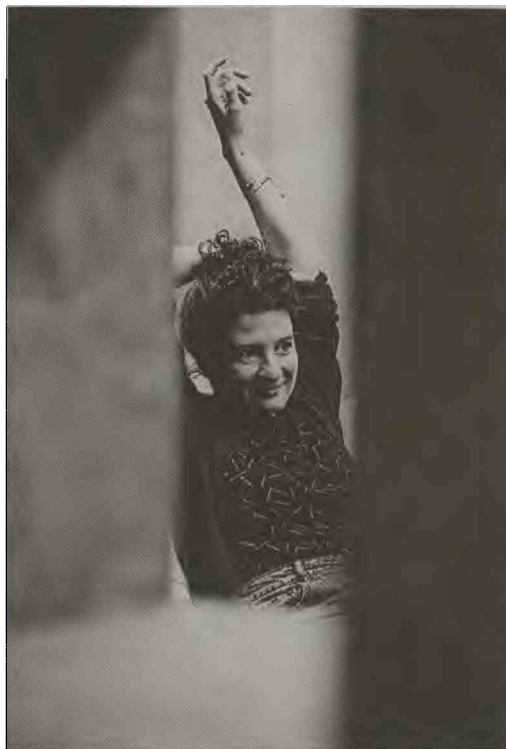
Zolitt In den Augen von Metty Hoffmann, Lucie Majerus und Isabelle Mattern des Designerkollektivs Zolitt ist die Idee von Moons und Halilovic keineswegs verrückt. „Es ist schön, dass endlich neue Designinitiativen in Luxemburg entstehen.“ Altbau mit Hochbett, Whiteboard, Pinnwand, Leiter und natürlich einige Macbooks – die Designer haben in der Straß-

burger Straße ihr kreatives Zuhause gefunden. Auch ihre Idee reiht sich ein in die neue Riege der Kreativbüros. Metty Hoffmann designt unter anderem Lampen aus recyceltem Material, Lucie Majerus hat eine ungewöhnliche Methode des Schmuckdesigns entwickelt: Schmuck aus Zähnen. Sie träumt außerdem davon, aus den Vorhängen alter CFL-Züge ein neues Produkt zu entwerfen. Isabelle Mattern hat sich auf Illustration und Grafikdesign spezialisiert.

Das Kollektiv kämpft gegen ein großes Missverständnis in Luxemburg an: „Design ist für

viele nur Spielerei.“ Als eigenständige Berufssparte wird es selten anerkannt. In Luxemburg, einem Land der Dienstleistung mit wenig Produktionsindustrie, bleibe dem Designer nur der Weg in die Selbstständigkeit. Als Ich-AG, ohne große Lobby im Hintergrund, bewegen die jungen Kreativen sich jedoch finanziell nahe am Mindestlohn. Es gehört schon eine Menge Idealismus dazu, da sind sich alle einig. Aus diesem Grund arbeitet es sich am besten Kollektiv. Konkurrenzdenken existiert nicht.

Und ein bisschen mehr Unterstützung von öffentlicher Hand würden sich die jungen Designer schon wünschen. Nicht nur was Sozialbeiträge anbelangt, sondern auch Infrastruktur. Was in Luxemburg etwa fehlt, ist eine Materialbibliothek. Ein Ort, der umfangreiche Materialmuster sammelt und zu neuen kreativen Lösungen anregt. Und ein sogenannter *Makerspace* fehlt, den es in nahezu jedem urbanen Ballungsgebiet gibt. Als junge Produktdesigner haben sie weder die finanziellen Möglichkeiten noch den Raum, um sich Fräsen, Vakuumgießmaschinen und sonstiges teures Handwerksgerät anzuschaffen. Ein *Makerspace*, in dem alle diese Maschinen geteilt werden können, würden *hier* Abhilfe leisten.



Vor wenigen Wochen haben Irina Moons (o.r.) und Maida Halilovic einen Concept Store für Design in der Hauptstadt eröffnet. „Uns wird immer wieder gesagt, wie mutig wir doch sind.“ Mittlerweile werden sie schon stutzig, wenn sie derlei Schulterklopper erhalten. „Ist unsere Idee denn so verrückt?“





Laura Ly Folschette (Foto links) hat das KÜB mit ihrem Geschäfts- und Lebenspartner Olli Eickholt gegründet. Steve Kugener (Foto links) nutzt den Coworking Space in Düdelingen für seine Agentur Standart





Das Kollektiv Zollitt von Lucie Majerus, Isabelle Mattern und Metty Hoffmann (v.l.n.r.) reiht sich in die Riege neuen Kreativbüros in Luxemburg ein

d'Land

d'Lëtzebuenger Land

Date: 20-12-2019

Page: 26

Periodicity: Weekly

Journalist: -

Circulation: 7 500

Audience: 15 500

Size: 1 385 cm²

Bouchées doubles

Pierre Sorlut

L.O.V.E. M.E.A.T. L'amour que porte Guy Kirsch à la viande est gravé, lettre par lettre, sur chacune de ses phalanges. On l'avait constaté sur les supports publicitaires réalisés en 2017 lors du *relooking* de la société. On réalise quand on rencontre le bœuf cette semaine à Grass, sur la frontière belge, où sa boucherie a récemment érigé son vaisseau amiral. Sourcils froncés, regard sévère, barbe fournie, larges épaules, gros biscotos et tatouages à gogo : le boucher arbore les symboles d'une virilité presque animale. Couteaux, têtes de bœuf et de mort, effigies gothiques ou encore... un hibou (un Grand-Duc ?), rapace carnivore qui chasse la nuit. Guy Kirsch a écrit à l'encre, sur son corps, ce qui trotte dans sa tête. Avec en point central, à la carotide, des lames croisées et l'indication « Butcher ».

Le goût du sang, il l'a, dit-il, depuis l'âge de cinq ans (il en a 41 aujourd'hui). Le boucher l'explique par une enfance passée à la campagne mosellane, à Stadtbredimus, au contact des cultivateurs et des éleveurs, des journées passées auprès du bétail. La semaine pour les soigner. Le week-end pour les abattre. La profession du père, typographe, ne l'y prédestinait pas. Mais le spectacle de la mise à mort le fascine. On retrouve dans son discours ces paradoxes visibles chez les chasseurs ou les amateurs de corrida : un amour des bêtes et l'envie, plus funeste, de sceller leur destin. « J'ai su très jeune que je voulais faire ça. Les gens se posaient des questions. Ils croyaient

même que j'étais un peu... ». Aujourd'hui, il rassure. Le bien-être de l'animal doit être respecté tout au long de sa vie, y compris à la toute fin. « Les antispécistes battent campagne contre la consommation de viande. Mais si je vois des vidéos d'abattage dans des conditions horribles, moi aussi ça me dégoûte », assure Guy Kirsch, conscient que les contenus diffusés sur la toile (par les associations de type Ariwa en Allemagne ou L214 en France) montrant des animaux tués dans des conditions indignes jettent le trouble sur sa profession.

Stop eating shit « Il faut arrêter de manger de la viande de merde à 2 euros 99 le kilo tous les jours comme en Allemagne. Ce n'est ni bon pour le bétail, ni bon pour l'éleveur. C'est un crime envers les bêtes et les ouvriers qui travaillent là dedans », clame le boucher. Il s'inquiète des conditions d'élevage au moins-disant et insiste sur la pédagogie. Au Luxembourg, les circuits sont courts. Pas uniquement pour la communauté d'affaires. Ils le sont aussi pour l'élevage. Guy Kirsch désigne la ferme à cinquante mètres en contrebas. « Tous les burgers que vous mangerez ici, la viande vient de l'autre côté de la route. Quand je vais voir les bêtes avec Monsieur Bourg (l'exploitant en question, ndlr.), elles ne sont pas stressées. Pour le transport et l'abattage, elles ne le sont pas davantage », renchérit-il. Il insiste en sus sur les contrôles vétérinaires réguliers. Et bien sûr, le soin qu'il accorde aux bêtes qu'il achète. Elles ont entre trois ans et demi et six ans,

Les végétariens grignotent des parts de marché, mais les consommateurs de viande restent nombreux. Reste à les charmer

des blondes d'Aquitaine. « Un cultu (cultivateur, ndlr) qui garde une bête cinq ans, il peut tout foutre en l'air avec le transport et l'abattage (mal réalisés, ndlr). J'aime quand les bêtes sont respectées jusqu'à la fin. » Comme dans la corrida, l'estocade intervient via « le matador », marque générique du pistolet d'abattage (anesthésie via un projectile captif propulsé dans le cerveau de l'animal), avant la saignée. Aujourd'hui les deux abattoirs agréés se trouvent à Ettelbruck et à Wecker (Grevenmacher). Et Guy Kirsch de dire que ça lui fait « mal au cœur de ne pas tuer toutes les bêtes lui-même », car il voudrait être sûr que ce soit bien fait. Est-ce le paroxysme du respect animal ?

Une connaissance de l'intéressé relativise la rudesse de l'homme et convoque l'artiste Renaud dans sa chanson *Manu*. « Tes tatouages et ta lame de couteau, c'est surtout un blindage pour ton cœur d'artichaut ». « The Butcher » aurait revêtu une armure à propos. Sur des publications de *mywort.lu* parues en avril 2010, il apparaît trophée en main à l'issue d'un concours international de charcuterie artisanale. L'entreprise qu'il dirige depuis cinq ans a raflé quatorze prix. Sur la photo, pas de barbe ni de tatouage. Tout juste un bouc entourant un sourire sympathique. Bien loin de l'image de boucher sanguinaire.

New Dimension Aujourd'hui, Guy Kirsch caresse un certain succès entrepreneurial. Son nouveau restaurant, baptisé *Bestial* et ouvert derrière l'Ikea de Sterpenich, mais à Grass, donc au Luxembourg (l'arrière du magasin suédois marque la frontière avec le Grand-Duché), fait un carton. « Nous sommes complets midi et soir depuis l'ouverture en octobre », se réjouit le boucher-restaurateur. Le groupe Boucherie Kirsch exploite

également le restaurant *Aal Schoul* à Hobscheid village de résidence du couple et de son fils.

L'entreprise a changé de dimension au cours des deux dernières années. Les comptes 2018 publiés au Registre de commerce révèlent que l'actif a quintuplé sur cette seule année. Selon la

direction, la boucherie emploie 160 personnes aujourd'hui. Elle a suivi une dynamique d'investissement résolue. « On s'est posé la question de savoir si l'on agrandissait ou si l'on réduisait » voilà trois ans, développe Guy Kirsch. Devant l'irréversible départ à la retraite des bouchers du Grand-Duché (il n'en resterait qu'une quarantaine aujourd'hui) et la volonté des communes de garder ce type de commerce, Guy Kirsch s'est lancé. Jusque-là, ses choix ont payé. Après des études et un apprentissage (notamment chez Kaiffer, Grand-rue, « le Namur de la boucherie ») pour devenir maître-boucher, dès l'âge minimal requis de 21 ans atteint, Guy Kirsch a grimpé au capital de la petite boucherie d'Eischen. En 2005, à 27 ans, il finit d'en acheter les parts. Les acquisitions s'enchaînent, Mamer, puis le partenariat avec Pall Center, le groupe de Christiane Wickler, autre entrepreneur à succès, accélère la dynamique. Boucherie Kirsch compte aujourd'hui deux restaurants et sept, bientôt huit, boucheries. Les activités de traiteur et de conception (désossage, salaison, charcuterie) ont été regroupées dans un atelier flambant neuf à côté du restaurant de Grass. Une boutique de gros y est exploitée. L'entreprise travaille également en livraison avec sa flotte de camions, mais aussi via Luxcaddy.

Produit du terroir Une taille supérieure permet-elle des rendements d'échelle ? L'entrepreneur de la boucherie balaie d'un revers de main. « Ce n'est pas comme des chaussures que tu

achètes puis revends. Nous on travaille un produit luxembourgeois de qualité et il faut en payer le prix », notamment auprès de l'éleveur. Guy Kirsch fait valoir qu'il achète l'intégralité de ses bêtes sur le marché national, à l'exception des veaux. « On veut que le cultu fasse un bon travail. Il travaille pour nous à un produit terroir, local, made in Luxembourg. »

L'entreprise vogue dorénavant pour atteindre sa vitesse de croisière. L'entrepreneur de la boucherie ne s'amuse pas pour autant. Il constate que végétariens et végétariens grignotent des parts de marché. Les consommateurs de viande demeurent nombreux sur le marché local. Le boucher doit se positionner sur des modes de consommation. Le « dry aged » est une appellation récente pour désigner une pratique plus ancienne que la boucherie Kirsch a toujours mise en œuvre, signale son patron, avec notamment du bœuf mûri autour de six semaines par défaut. Face à la demande locale pour des pièces nobles, Guy Kirsch joue, là encore, la carte de la pédagogie. « J'explique aux gens qu'il faut tout manger. Maintenant les cuisiniers font mijoter. Le paleron ou le chapeau, vous savez, c'est extra. D'ail-

leurs, les restaurateurs en ont marre de cuisiner du filet pur », croit-il savoir. L'argumentation tient à un raisonnement de poids. L'entreprise a pris le parti d'acheter les bêtes entières pour les préparer. Si les consommateurs de filet et de côte remboursent une partie de l'investissement, les « basses pièces » continuent de jouer un rôle, notamment dans une logique de consommation durable. L'entrepreneur regrette simplement de ne trouver aucun substitut aux emballages plastique pour les viandes en « DLC » (date limite de consommation). « On doit respecter les normes d'hygiène », s'en excuse-t-il avant d'expliquer avoir participé à deux salons spécialisés avec son épouse. « On est condamnés au plastique pour les dix-quinze prochaines années ». En attendant, les matériaux recyclables, comme les barquettes noires visibles sur l'étal, sont utilisées quand c'est possible.

Et Guy Kirsch ne s'arrête pas à la viande. Il vend dans sa boutique d'autres produits locaux. Outre les moutardes de la Moutarderie nationale, sont proposés des alcools de chez Adam à Kehlen, de la bière Simon de Wiltz ou du café torréfié à Echternach, au goût du patron, pointilleux en la matière et en d'autres choses encore. Au cours de notre passage, les consignes fusent. Parfaire le nettoyage d'une vitre par-ci. Remplir les caisses de vin exposées par là. Il filera ensuite. Au volant de son gros break allemand, Guy Kirsch enchaîne les visites dans ses boutiques. Rammstein et AC/DC s'interrompent quand un collaborateur appelle. « Je dois rester joignable pour les clients et le personnel. Si je veux qu'ils fassent comme je l'entends, alors je dois être là. » En ce mois de décembre, les enjeux commerciaux sont importants. Cinq classeurs de commandes se remplissent derrière la caisse. Les viandardards soignent leur panse à Noël.

Guy Kirsch s'investit corps et âme dans son métier, sa passion. En moins de quinze ans, il a fait d'une boucherie de village une entreprise emblématique





Guy Kirsch dans sa boutique à Grass lundî et le frigo où attendent des trains de côtes de bœuf