



22/11/2021 - 06/12/2021

# REVUE DE PRESSE



CHAMBRE  
DES METIERS  
Luxembourg

# Table des matières

---

**"J'aurai une certaine liberté dont je ne dispose pas actuellement"**

*Le Quotidien* | 06/12/2021

**"Das ist mehr wert als Geld"**

*Tageblatt* | 04/12/2021

**20 Auslandsmissionen nächstes Jahr**

*Luxemburger Wort* | 04/12/2021

**Visite au coeur de l'innovation numérique**

*Le Quotidien* | 04/12/2021

**Franz Fayot et Luc Frieden présentent le calendrier des activités du commerce extérieur à l'occasion de la réunion semestrielle du TIB**

*www.gouvernement.lu* | 03/12/2021

**Le label "Made in Luxembourg" de plus en plus populaire :  
84 entreprises récompensées**

*www.agefi.lu* | 02/12/2021

**"Il faut laisser faire le marché"**

*www.paperjam.lu* | 01/12/2021

**Le secteur progresse bien et je suis très confiant à propos de son développement**

*Merkur* | 01/12/2021

**Du défi des skills au challenge d'un écosystème de formation performant**

*Merkur* | 01/12/2021

**Un tremplin innovant vers le monde du travail**

*Merkur* | 01/12/2021

**Choisis la voie de l'Apprentissage - Rejoins 2.000 apprentis**

*Merkur* | 01/12/2021

**Un outil de soutien et de promotion polyvalent**

*Merkur* | 01/12/2021

**Digitalisation et transformation digitale au programme!**

*Merkur* | 01/12/2021

**Brèves économiques**

*LG Lëtzebuenger Gemengen* | 01/12/2021

**Un pas vert un monde plus naturel**

*Merkur* | 01/12/2021

**Sarah Sutter & Frédéric Wedeux réalisateurs du virtuel**

*Bold Magazine* | 01/12/2021

**Brands we love: Ambassadors for Luxembourg**

*delano.lu* | 30/11/2021

**"Je suis favorable à un travail plus étroit avec les promoteurs privés"**

*Le Quotidien* | 29/11/2021

**Club Innovation - Business Model Innovation pour PME**

*www.infogreen.lu* | 26/11/2021

**Voilà 40 ans qu'il forme des peintres-décorateurs**

*www.lessentiel.lu/fr* | 26/11/2021

**Lucien Schweitzer, investi dans l'apprentissage depuis 40ans**

*L'Essentiel* | 26/11/2021

**Extension de la Chambre des Métiers, mission accomplie!**

*www.infogreen.lu* | 26/11/2021

**La pomme de terre à tout bout de champ**

*Le Quotidien* | 25/11/2021

**Sponsored Content / Europe works**

*www.tageblatt.lu* | 24/11/2021

**Quand Real Estate rime avec high-tech**

*www.paperjam.lu* | 24/11/2021

**So schmeckt Luxemburg!**

*Revue* | 24/11/2021

**A label for Luxembourg**

*Delano* | 24/11/2021

**Xmas Shopping. SaKaNaNa**

*Luxemburger Wort* | 24/11/2021

**Assemblée générale de l'Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils (OAI)**

*www.corporatenews.lu/fr* | 23/11/2021

**Sponsored Content / Europe works**

*www.lequotidien.lu* | 22/11/2021

**De nouvelles aides pour les entreprises investissant dans des infrastructures pour véhicules électriques**

*www.gemengen.lu* | 22/11/2021

**Nouvelles aides pour l'électromobilité**

*www.infogreen.lu* | 22/11/2021

**"Dieses Phänomen muss bekämpft werden"**

*Tageblatt* | 20/11/2021

**Mieux former pour mieux diffuser**

*d'Lëtzebuenger Land* | 19/11/2021

**Stelling genomen**

*d'Lëtzebuenger Land* | 19/11/2021

**Kunst als köder**

*Revue* | 17/11/2021

**Prix meilleur créateur d'entreprise dans l'artisanat 2021**

*Entreprises Magazine* | 01/11/2021



**Le Quotidien**

Date: 06-12-2021

Page: 2-3

Periodicity: Daily

Journalist: Geneviève Montaigu

Circulation: 8214

Audience: 25750

Size: 2 122 cm<sup>2</sup>

# «J'aurai je ne une certaine liberté dont dispose pas actuellement»

Dan Kersch quitte le gouvernement où il compte remplir

pour ménager sa santé. Il siègera désormais à la Chambre des députés, pleinement son rôle. Il part avec le sentiment du devoir accompli.

Entretien avec notre journaliste  
Geneviève Montaigu

**L**e vice-Premier ministre, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire et ministre des Sports tire sa révérence. Dan Kersch lève le pied pour raisons médicales, mais ne compte pas tout arrêter. Il dit pouvoir encore être utile pour son pays et son parti, le LSAP. Il est attendu de pied ferme à la tribune de la Chambre des députés.

**Vous avez annoncé votre démission du gouvernement comme deux autres ministres. Y avait-il urgence?**

Dan Kersch : Parfois on ne peut plus faire ce qu'on veut et mon état de santé m'a poussé à prendre cette décision. On ne joue pas avec la santé. Ma succession s'est bien déroulée, dans la sérénité. Il n'y a pas eu de grandes discussions au sein du parti, tout le monde s'entend sur la qualité des successeurs. Ce ne sont pas des néophytes, mais des gens expérimentés dans la politique et c'est ce dont le pays a besoin.

**Pourquoi ne pas avoir saisi l'occasion pour propulser des jeunes?**

Il y a deux aspects dans cette discussion. D'abord, il y a des gens au gouvernement qui ont annoncé ne plus être à 100% de leurs capacités et qui prennent du recul. Ensuite, nous avons eu des élections et il faut respecter l'électeur. Donc,

on demande au suivant sur la liste s'il accepte le mandat. Il ne faut pas brûler les étapes. Le fait d'être jeune ne qualifie pas une personne pour faire de la politique. Ce n'est pas un critère unique. Nous avons démontré par le passé que nous avons toujours placé des gens de qualité dans tous les mandats. C'est une question de formation et d'expérience et cela fonctionne très bien dans notre parti. Je ne vois pas pourquoi on devrait aujourd'hui s'excuser parce qu'on respecte la volonté de l'électeur.

**Au poste de vice-Première ministre, on retrouve Paulette Lenert, qui n'a pas été élue et qui a un parcours fort différent du vôtre...**

Elle est tout à fait exceptionnelle et c'est la raison pour laquelle elle a rejoint le gouvernement sans avoir participé aux élections. C'est un cas à part, il y en a en politique. C'est l'exception qui confirme la règle, celle d'avoir un parcours politique derrière soi avant d'accéder à des mandats d'envergure nationale. J'ai commencé à 12 ans, je suis né dans le syndicalisme. On ne peut pas comparer les parcours, car chaque politicien a le sien. C'est bien d'ailleurs.

**Quand vous avez quitté le Parti communiste, vous avez déclaré que jamais vous ne vous laisseriez dicter votre pensée. Le cap n'était pas trop difficile à tenir dans une coalition à trois qui demande beaucoup de compromis?**

Oui, c'est vrai, j'ai dit cela et cela

restera valable jusqu'à la fin de ma vie (*il rit*). Et non, cela n'a pas gêné dans la coalition. J'ai toujours dit clairement et distinctement les choses auxquelles je tenais en sachant que tout ne pourrait pas être réalisé. Nous avons eu des discussions politiques entre partenaires où nous n'étions pas sur la même longueur d'onde, c'est certain.

**Qu'est-ce que la realpolitik pour vous?**

C'est un terme péjoratif pour moi. C'est un pléonisme, surtout. La politique est forcément réelle, sinon elle n'est pas acceptée par la population. Pour moi, la politique, c'est d'abord avoir une certaine conviction et ensuite tout faire pour la réaliser en sachant qu'il faudra passer par des compromis, et ça, c'est du pragmatisme, le terme que j'ai toujours utilisé. Il est valable en politique au sein d'une coalition, mais aussi en tant que représentant du gouvernement face aux syndicats, aux patrons. Tout ce que j'ai réalisé, je l'ai fait avec pragmatisme, connaissant les sensibilités des gens qui pensent différemment. Le compromis doit être acceptable pour tout le monde.

**Vous allez rejoindre la Chambre des députés et contrôler le gouvernement. Cela vous réjouit-il?**

D'abord, je n'ai jamais vécu une séance en tant que député. J'ai été élu deux fois à des élections législatives et je pourrai enfin remplir ce mandat et c'est surtout cela qui



me réjouit. Comme je l'ai dit précédemment, il faut savoir ce qu'on peut encore faire ou non. Je crois que je pourrai encore être utile au pays et à mon parti. En accord avec ma famille et mes médecins, j'ai accepté de continuer.

### **Vous ne serez pas pour autant sur le devant de la scène...**

Non, je ne serai pas sur le devant de la scène, c'est vrai. Nous avons désigné Yves Cruchten comme président et je vais tout simplement essayer de remplir mon mandat comme le veut la Constitution, donc prendre des décisions en mon âme et conscience. Les députés de l'opposition racontent ce qu'ils veulent et personne ne contrôle leurs propos. Si je le juge utile, je vais les contredire, et assez offensivement comme on me connaît.

### **Vous aurez une parole libérée?**

Oui, j'aurai une certaine liberté dont je ne dispose pas actuellement. Je ne regrette rien, j'ai beaucoup appris au gouvernement, y compris à dire les choses différemment.

### **Vous quittez le gouvernement avec le sentiment du devoir accompli. Celui d'avoir su gérer cette crise surtout?**

Nous avons des bases solides, mais cela ne signifie pas qu'il n'y a plus de danger. Nous n'avons pas encore vaincu cette pandémie. Nous avons pu gérer les premières vagues et retrouver un niveau de chômage d'avant-crise, toutefois attention aux défis qui nous attendent. Nous sommes néanmoins bien préparés. Nous avons commencé un débat structuré au sein du CPTÉ (NDLR: Comité permanent du travail et de l'emploi) concernant la formation initiale et continue, où je crois que tout le monde a conscience que les efforts dans cette direction doivent être soutenus. La formation continue, c'est la clé pour éviter une augmentation substantielle du chômage et donc des problèmes sociaux. Pour le reste, le chômage partiel est toujours en place. Nous n'avons jamais arrêté de soutenir l'économie luxembourgeoise et nous étions bien inspirés de le faire, contrairement à d'autres pays qui ont limité leurs aides. Il

faudra continuer, mais le vaccin va changer la situation par rapport à 2020 et 2021. Tous les efforts que l'on fournit au niveau législatif, c'est pour éviter un nouveau confinement qui serait dommageable. Les règles actuelles sont sévères, vont poser problème à certaines personnes, mais nous n'avons pas d'autres solutions.

### **Vous resterez l'homme de la séparation de l'Église et de l'État. Comment le ressentez-vous?**

Il faut avoir une certaine sensibilité, comprendre les opinions des autres et leurs convictions et si ce principe est respecté, on peut trouver des solutions ensemble, vivables pour tout le monde. En tant qu'athéiste, c'était pour moi une expérience très intéressante. C'est une discussion politique qui a fait couler beaucoup d'encre et qui a mené à une décision fortement combattue par certaines forces de l'Église catholique. Mais à aucun moment du dossier, l'une ou l'autre partie n'a essayé de mettre son interlocuteur dans l'embarras et c'était essentiel. Dans certaines phases du dossier, l'Église catholique aurait pu facilement me mettre politiquement dans l'embarras et l'inverse était vrai aussi. Le dialogue a bien fonctionné.

### **Quels conseils donnez-vous à votre successeur, Georges Engel, et quels sont les dossiers qui l'attendent en haut de la pile?**

Cela fait huit ans qu'il préside la commission parlementaire du Travail et de l'Emploi, il a donc une grande expérience des dossiers. Je n'ai pas de conseils à lui donner, sauf s'il m'en demande. Je suis persuadé qu'il est un successeur à la hauteur des défis qui l'attendent, un ami politique et un collègue que je respecte beaucoup. Il y a des dossiers difficiles à prendre en main, dont la formation continue inscrite dans le programme gouvernemental qui prévoit un compte personnel de formation. C'est un dossier compliqué qui va demander un gros investissement financier, mais qui est primordial pour combattre le chômage. Il y a aussi une réforme sur

le maintien dans l'emploi, une réforme sur le chômage partiel qui doit arriver rapidement pour gommer les insécurités juridiques du texte actuel. C'est un instrument qui a toujours profité à une vingtaine d'entreprises en temps normaux

## **Le ministère s'est beaucoup concentré ces derniers temps sur les conséquences de la pandémie, mais de grands dossiers sont encore à mener à bien**

alors que maintenant ce nombre a explosé et il faut moderniser la loi. Une réforme des plans sociaux l'attend aussi et, enfin, c'est un vœu personnel, il faut repenser tout le système des conventions collectives. Georges Engel a du pain sur la planche. Le ministère s'est beaucoup concentré ces derniers temps sur les conséquences de la pandémie, mais de grands dos-



siers sont encore à mener à bien, il le sait d'ailleurs.

**Un mot sur les frontaliers, qui participent grandement**

**au succès économique du pays et qui ces dernières années se sentent discriminés. Il y a**

**d'abord eu les bourses d'études, puis les allocations refusées aux enfants non biologiques...**

Sans les frontaliers, tout le système luxembourgeois ne pourrait pas fonctionner, mais il faut nuancer. Il y a des problèmes particuliers pour les frontaliers et d'autres problèmes pour les résidents et je ne citerais que le coût du logement. Il y a des avantages et des désavantages de part et d'autre. On ne peut pas tout avoir, cependant on ne peut pas parler de discrimination.

**Le marché très actif de l'emploi assure le modèle social luxembourgeois. Pour combien de temps encore, pensez-vous?**

Il ne faut pas mélanger les choses. Le Luxembourg est un pôle économique important et stratégique de la Grande Région et c'est un bon modèle. Ensuite, il faut trouver des solutions pour garantir le niveau actuel des transferts sociaux et là il faudra de nouvelles sources de financement que celles qui sont aujourd'hui en place. Dans ce domaine, je suis persuadé que l'on va connaître des changements qui iront très loin. Je le dis depuis une vingtaine d'années : il faut faire payer plus ceux qui en ont les moyens et imposer davantage le capital que le travail.



Photo: Fabrizio Pizolante

«Nous avons démontré par le passé que nous avons toujours placé des gens de qualité dans tous les mandats.»



Photo : Julien Garry

«Nous n'avons jamais arrêté de soutenir l'économie luxembourgeoise et nous étions bien inspirés de le faire, contrairement à d'autres pays qui ont limité leurs aides.»

## - Repères

**1961.** Dan Kersch est né le 27 décembre 1961 à Esch-sur-Alzette.

**2013.** Le bourgmestre de Mondrange et président du Syvicol fait son entrée au gouvernement comme ministre de l'Intérieur, de la Fonction publique et de la Réforme administrative.

**Août 2016.** Dan Kersch présente la réforme des fabriques d'église, qui veut marquer historiquement la séparation des Églises et de l'État.

**2018.** Il fait partie du gouvernement Bettel II comme ministre du Travail, de l'Emploi, de l'Économie sociale et solidaire et ministre des Sports.

**Décembre 2021.** Le ministre socialiste annonce sa démission du gouvernement. Il rejoint les bancs de la Chambre des députés.



Tageblatt  
REVUE DE L'ÉCONOMIE

## Tageblatt

Date: 04-12-2021

Page: 24

Periodicity: Daily

Journalist: Wiebke Trapp

Circulation: 21982

Audience: 75800

Size: 681 cm<sup>2</sup>

# „Das ist mehr wert als Geld“

**KÄRE VUM SÉI** Regionales Brot und ein gutes Gefühl – Bauer und Bäcker ziehen an einem Strang  
Wiebke Trapp

Die Idee des Projektes „Käre vum Séi“ ist eine einfache. Die Landwirte wissen, was mit ihrem Getreide passiert. Umgekehrt können die Konsumenten nachvollziehen, wo das Brot auf dem Teller herkommt. 19 Landwirte rund um den Stausee produzieren Getreide, das als Mehl in einer Backstube in Mertzig landet. Das Brot ist ausgezeichnet – mit einem Preis aus der Schweiz.

Der 9. Mai 2019 krönt acht Jahre Experimentierfreude und Leidenschaft für gutes Brot. An dem Tag erhält Jean-Marie Neuberg mit seinem Bruder Jos unter 800 Teilnehmern in Luzern einen Preis für sein Sauerteigbrot. Die „Tourte du président“ aus Mertzig schmeckt am besten und ist am besten verträglich, urteilt die Jury des „Sourdough Summit“ mit Experten zum Thema Sauerteig.

Als die „Tourte“ entsteht, ist Jean-Marie Präsident der Bäckerinnung, daher der Name des Brotes. Zu Hause sind in ihrem Bäckerbetrieb mit 200 Mitarbeitern die Aufgaben klar verteilt. Jean-Marie ist für Presse, Kommunikation und Marketing zuständig. Jos leitet die Backstube. Beide kommen über ihren Onkel zum Backen. Er ist Bäcker. Die Wege trennen sich, als 2002 eine Vergrößerung des Betriebes ansteht. „Das hat uns nicht gefallen“, sagt Jean-Marie Neuberg. Seriell, in großen Mengen und schnell hergestellte Lebensmittel passen nicht zur Philosophie der Brüder. Bei ihnen stehen Handarbeit als Teil der Handwerkskunst und Regionalität an erster Stelle. Es liegt ihnen im Blut.

## Sauerteig als Ersatz für Hefe

Genauso nahe liegt es, dass die Brüder nach einer Alternative zur industriell hergestellten Hefe suchen. Die Suche führt in die Geschichte des Backhandwerks. Die Lösung ist Sauerteig, eine lang vergangene Tradition. Damit ist keinesfalls ein Teig gemeint, sondern das, was Teig braucht, um backfertig zu werden. Sauerteig ist wie die Hefe der „Unruhestifter“ im Teig, der ihn permanent am Arbeiten hält. Seine Herstellung braucht Zeit. Hefe wird gekauft. Deshalb kommt er aus der Mode, als immer mehr Betriebe auf maschinelle Produktionsstraßen setzen. Früher dauerte es ungefähr einen Tag oder 24 Stunden, um ein Brot zu produzieren. Maschinen erledigen das in drei Stunden und weniger. Neuberg hat einen Namen dafür, er nennt das „von null auf eine Stunde backen“.

Sauerteig gilt als altmodisch und verschwindet sogar für längere Zeit vom Lehrplan der Bäckergesellen. Die Herstellung ist aufwändig. Er muss täglich frisch angesetzt werden und erst nach fünf Tagen ist ein backfähiger Teig fertig. Bei den Neubergs ist er mittlerweile fest integriert, mit dem Ziel, angesichts seiner Vorteile irgendwann nur noch damit zu produzieren.

Vor diesem Hintergrund war es keine Frage, das Projekt „Käre vum Séi“ mitzutragen. Obwohl noch unsicher ist, wie groß die Qualitätsschwankungen im Getreide sein werden. Die bäuerliche Genossenschaft, die dahintersteht, ist noch jung und Erfahrungswerte fehlen. Claude Majerus ist einer der 19 Landwirte, die bei der Gründung am 9. Februar 2021 Genossen wurden.

Der konventionelle Bauer hat

rund 80 Milchkühe und betreibt Futtermittelanbau und Ackerbau. 2018 erkrankt er an Nesselfieber. Es ist eine allergische Reaktion auf ein Spritzmittel, die vieles in Gang setzt. Majerus ist die dritte Generation auf dem Hof und betreibt ihn in Eigenregie seit 2009. Kurz nach der Übernahme verkauft er noch Schlachtvieh.

Irgendwann bekommt er mit, dass seine Rinder lebend in Marseille verladen und über den dortigen Hafen Richtung Libanon verschifft werden. Schon damals schrillen Alarmglocken bei ihm. Aber nur sehr leise. Seine Erkrankung gibt den endgültigen Ausschlag, umzudenken, denn mit seinem Getreide läuft es ähnlich wie mit dem Schlachtvieh. „Sobald die Waren bei mir auf dem Hof abgeholt wurden, hatte ich keinen Bezug mehr dazu. Ich will aber wissen, was damit geschieht.“ Bei „Käre vum Séi“ weiß er es. Er sät das Getreide, zieht es groß, erntet und bringt es ins Lager in Ulflingen. Im saarländischen Lebach wird es gemahlen und das Brot in Mertzig gebacken.

Das Getreide wird nach strengen Standards angebaut und bearbeitet. Es trägt das Label „Produit du terroir“. Wenn das so ist, kommt meistens der Preis ins Spiel und das Argument, das könne sich nun mal nicht jeder leisten. Das ist hier nicht so. Das Brot kostet nur 20 Cent mehr als andere, obwohl Bäcker Neuberg für das Mehl das Zweieinhalbfache im Vergleich zu konventionellem Mehl bezahlt.

Bei den „Käre vum Séi“-Brotten von Jos&Jean-Marie ist die einzige Zutat, die zugekauft wird, Salz. Alles andere kommt aus der Region. Es gibt ein Weizen-, ein Dinkel-, ein

Roggen- und ein Weizen-Roggenmischbrot sowie das „Séi-Brötchen“, in dem alle drei Sorten enthalten sind. Altenheime, Lebensmittelhandel und die 17 Jos&Jean-Marie-Filialen verkaufen die Brote.

Auch Bauer Majerus geht zusammen mit den anderen Genossen in Vorlage. Sie haben Kosten und tragen das Risiko des Anbaus. Tat-

sächlich sind die Brote aus der Serie „Käre vum Séi“ bis jetzt ein Verlustgeschäft. Bäcker und Bauer haben aber einen anderen Blick darauf. „Wir wollen uns etwas aufbauen“, sagt Neuberg. „Wenn man sich etwas aufbauen will, muss man zuerst investieren.“ Dem Landwirt beschert das Projekt ein gutes Gefühl. Theoretisch sind es 30 Minuten Fahrt

von seinem Hof zur Bäckerei und er kann das Lebensmittel aus seinem Rohstoff probieren. „Das ist mehr wert als Geld.“

Komplett auf Bio umzustellen, so weit ist er noch nicht. Aber für ihn sind die „Käre vum Séi“ ein guter Anfang und vor allem ein guter Mittelweg.



Jean-Marie Neuberg, Bäcker und Konditor, vertritt die Lebensmittelhersteller bei der „Chambre des métiers“



Claude Majerus ist einer der 19 Landwirte, die sich bei „Käre vum Séi“ zusammengeschlossen haben



Frank Elsen arbeitet seit 20 Jahren beim Naturpark und berät Landwirte

Fotos: Editpress/Anne Lommel

## Käre vum Séi: die Genossenschaft

270 Landwirte in der Region hat die Naturparkverwaltung angeschrieben, um sie für das Projekt zu gewinnen. 19 davon haben schließlich mitgemacht und sind Mitglieder der Genossenschaft „Käre vum Séi“, nach der die Brote benannt sind. Zwei davon sind Biobauern. Der Rest arbeitet konventionell. Es gibt ein Lastenheft für das Getreide mit Auflagen, an dessen Ausarbeitung alle beteiligt waren: der Naturpark, Sebes, Bäcker, Umweltministerium und Landwirte. „Wir folgen damit freiwillig höheren

Standards beim Naturschutz, speziell dem Wasserschutz, als die Auflagen der Regierung“, sagt Frank Elsen. Er ist landwirtschaftlicher Berater beim Naturpark Obersauer und hat das Projekt von Anfang an begleitet. Bedingung für die Mitgliedschaft in der Genossenschaft ist, dass der Landwirt Äcker rund um den See hat. 180 Hektar Weizen-, 37 Hektar Dinkel-, 10 Hektar Roggenfläche sind so zusammengelassen. Das Getreide wird in Lebach im Saarland gemahlen.



Foto: Jos&Jean-Marie; jjm.lu

Mehr Fotos finden Sie auf [www.tageblatt.lu](http://www.tageblatt.lu).

  
Luxemburger Wort

## Luxemburger Wort

Date: 04-12-2021

Page: 19

Periodicity: Daily

Journalist: -

Circulation: 59525

Audience: 162100

Size: 42 cm<sup>2</sup>

## 20 Auslandsmissionen nächstes Jahr

**Luxemburg.** Der Außenhandels- und Investitionsrat, bestehend aus acht Ministerien, Handelskammer, Fedil, Luxinnovation und Handwerkskammer, prüfte gestern die Agenda für 2022 bis 2023. „Das Arbeitsprogramm ist ehrgeizig und sieht für 2022 rund 20 Auslandsmissionen vor“, wie das Wirtschaftsministerium mitteilt. Die beiden für 2022 festgelegten Ziele der Wirtschaftsmissionen sind Kanada und Südkorea. Für 2023 wurden ebenfalls Zielländer festgelegt. Die Handelskammer organisiert noch während der Dauer der bis zum 31. März 2022 geplanten Weltausstellung sektorale Wirtschaftsmissionen in den Vereinigten Arabischen Emiraten. *MeM*

**Le Quotidien**

Date: 04-12-2021

Page: 4

Periodicity: Daily

Journalist: -

Circulation: 8214

Audience: 25750

Size: 448 cm<sup>2</sup>

# Visite au cœur de l'innovation numérique

## Le Grand-Duc héritier Guillaume est allé à la rencontre des pensionnaires de la House of Startups créée en 2018.

Vendredi, la House of Startups a reçu dans ses locaux le Grand-Duc héritier dans le cadre d'une visite officielle de ce campus d'innovation lancé par la Chambre de commerce en 2018. La visite de la House of Startups s'est déroulée en présence des incubateurs hébergés en son sein et de plusieurs personnalités politiques et représentants économiques du pays.

Le Grand-Duc héritier a été accueilli par le président de la House of Startups, Carlo Thill, par le vice-président et le directeur général de la Chambre de commerce, Fernand Ernster et Carlo Thelen, et par l'échevin de la ville de Luxembourg Maurice Bauer. C'est dans le cadre coloré et moderne de l'espace «Big Bang» que Philippe Linster, le directeur général de la House of Startups, a formulé un mot de bienvenue. Il s'est dit particulièrement réjoui de «réunir pour cette occasion les membres fondateurs du projet, à sa-

voir la Chambre de commerce du Luxembourg et ses différents partenaires». Carlo Thill s'est quant à lui montré particulièrement fier que le lieu rassemble aujourd'hui plus de 150 start-up de secteurs très diversifiés, malgré une crise qui s'avère difficile pour certaines jeunes pousses innovantes. Forte de son succès, la House of Startups représente, selon lui, un des acteurs principaux de l'épanouissement de la Startup Nation au Luxembourg.

La visite a débuté par le Luxembourg-City Incubator, fondé par la Chambre de commerce en partenariat avec la Ville de Luxembourg, exposant son programme d'accélération et ses missions présentés par son responsable, Bastien Berg, et Maurice Bauer. Le Grand-Duc héritier a été particulièrement intéressé par les «pitches» (les présentations) des start-up Salonkee et Gamma AR, qui ont introduit leur projet et répondu aux questions du Grand-Duc

héritier. Ce dernier a d'ailleurs signé le totem dans l'espace de cotravail, laissant ainsi sa griffe aux côtés de celles de ses parents, qui avaient inauguré le lieu il y a trois ans.

Au programme figuraient également une rencontre avec Alipay, société de paiements électroniques dérivée du groupe Alibaba, un échange avec Amélie Madinier, directrice générale du Village by CA, et la découverte de la start-up ANote Music, hébergée au Village by CA.

C'est aux côtés de Pierre Gramegna, ministre des Finances, fondateur de la Luxembourg House of Financial Technology (LHoFT), et de son directeur général, Nasir Zubairi, que le Grand-Duc héritier a visité les espaces du fleuron de la «Fintech made in Luxembourg». Les responsables des start-up Satisfay et Tokeny ont ainsi évoqué leurs projets, cerise sur le gâteau d'une visite très enrichissante.





Le Grand-Duc héritier a pu découvrir quelques-unes des 150 start-up qui grandissent au sein de cette belle «maison».

Photo : chambre de commerce

**www.gouvernement.lu**Date: **03-12-2021**Periodicity: **Continuous**

Journalist: -

Circulation: **0**Audience: **1167**[https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes\\_actualites/communiques/2021/12-decembre/03-fayot-reunion-tib.html](https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes_actualites/communiques/2021/12-decembre/03-fayot-reunion-tib.html)

## Franz Fayot et Luc Frieden présentent le calendrier des activités du commerce extérieur à l'occasion de la réunion semestrielle du TIB



**Ce vendredi 3 décembre 2021, les membres du Conseil du commerce extérieur et des investissements (Trade and Investment Board) se sont à nouveau réunis. Après un tour de table permettant de partager les premiers retours d'expérience des membres qui se sont déjà rendus à l'Exposition universelle à Dubaï, le ministre de l'Économie, Franz Fayot, et le président de la Chambre de commerce, Luc Frieden, ont présenté le calendrier des activités du commerce extérieur.**

Ce vendredi 3 décembre 2021, les membres du Conseil du commerce extérieur et des investissements (Trade and Investment Board) se sont à nouveau réunis. Après un tour de table permettant de partager les premiers retours d'expérience des membres qui se sont déjà rendus à l'Exposition universelle à Dubaï, le ministre de l'Économie, Franz Fayot, et le président de la Chambre de commerce, Luc Frieden, ont présenté le calendrier des activités du commerce extérieur.

Après une longue période de pause forcée en raison de la pandémie de COVID-19, les activités de promotion et de prospection ont pu reprendre en présentiel, dès la fin du premier semestre 2021, et se sont essentiellement concentrées autour de l'Exposition universelle à Dubaï. Les membres du Conseil, et notamment S.A.R. le Grand-



Duc héritier, ont ainsi pu faire part de leurs impressions suite aux trois premières missions économiques sectorielles organisées depuis l'ouverture officielle de l'Expo Dubaï 2020 le 1er octobre 2021. Pour rappel, la Chambre de commerce organise, en collaboration avec les partenaires du "Trade and Invest", plusieurs missions sectorielles aux Émirats arabes unis pendant toute la durée de l'Exposition universelle programmée jusqu'au 31 mars 2022.

Le Conseil a ensuite passé en revue l'agenda du commerce extérieur pour 2022-2023. Le programme de travail se veut ambitieux, avec une vingtaine de missions prévues en 2022 à l'étranger. Fruit d'une étroite concertation entre le ministère de l'Économie, la Chambre de commerce et Luxinnovation, le choix des destinations a, cette année, également été fixé après un échange de vues avec le réseau diplomatique luxembourgeois à l'étranger et les responsables des neuf Luxembourg Trade and Investment Offices. Au-delà de la poursuite des activités liées à l'Exposition universelle de Dubaï, les deux destinations phares des missions économiques arrêtées pour 2022 sont le Canada en juin et la Corée du Sud en fin d'année. Pour 2023, des pays cibles ont également déjà été identifiés. Les participants ont ensuite passé en revue la liste des foires sur lesquelles seront organisés une douzaine de pavillons nationaux et de nombreuses visites accompagnées. L'agenda complet peut être consulté [ici](#).

Créé suite à la réforme de la promotion économique en février 2017, le Trade and Investment Board (TIB) est chargé d'élaborer la stratégie de promotion de l'économie luxembourgeoise et de fédérer les acteurs impliqués. Placé sous la présidence d'honneur de S.A.R. le Grand-Duc héritier et présidé par le ministre de l'Économie, le TIB est composé de treize membres, représentant 8 ministères et 4 organismes (Chambre de commerce, FEDIL, Luxinnovation, Chambre des métiers) qui jouent un rôle dans la promotion économique. Le TIB est appelé à superviser les travaux du Trade and Investment Steering Committee (TISC) qui réunit les protagonistes mettant en œuvre les activités de promotion et de prospection. Il se réunit de manière semestrielle.

Luc Frieden, président de la Chambre de commerce, a précisé: "La Chambre de commerce se félicite de la coordination efficace au sein du Trade and Investment Board, dont la nouvelle méthode de travail a permis d'établir un programme d'actions 2022-2023 ambitieux et bénéfique aux projets d'internationalisation des entreprises. Les actions et initiatives proposées aux acteurs économiques pourront être adaptées en fonction de l'évolution de la pandémie, grâce aux outils digitaux de plus en plus performants déployés par la Chambre de commerce et ses partenaires."

En guise de conclusion, le ministre Franz Fayot a déclaré: "Je tiens à remercier tous les membres du TIB pour la bonne collaboration et l'adoption du programme de travail ambitieux de prospection et promotion économique pour 2022-2023. Après deux années où les déplacements ont été fortement restreints et malgré l'incertitude actuelle, il est essentiel de renforcer à nouveau les activités du commerce extérieur, ceci dans l'intérêt de nos entreprises et de notre économie. Je remercie en particulier S.A.R. le Grand-Duc héritier pour son engagement continu, qui se matérialise notamment à travers sa participation aux nombreuses visites d'entreprises que nous avons pu faire ensemble au cours des derniers mois."

Communiqué par le ministère de l'Économie et la Chambre de commerce

**www.agefi.lu**Date: **02-12-2021**Periodicity: **Continuous**

Journalist: -

Circulation: **0**Audience: **1000**<https://www.agefi.lu/Fax-Article.aspx?date=02-12-2021&fax=5233&rubr=5199&art=67986>

## Le label «Made in Luxembourg» de plus en plus populaire : 84 entreprises récompensées

«Corona a encore accru l'intérêt pour les produits fabriqués au niveau régional» – a souligné Tom Oberweis lors de l'introduction de la cérémonie de remise des certificats «Made in Luxembourg» de cette année. Selon le président de la Chambre des Métiers, le label d'origine garde toute son importance en ces temps de crise sanitaire.

En présence du ministre des Classes Moyennes et du Tourisme, Lex Delles, et de Madame Edith Stein, conseillère principale à la Chambre de Commerce, 84 entreprises luxembourgeoises, dont 43 membres de la Chambre de Commerce, ont reçu cette année le label «Made in Luxembourg». La cérémonie officielle de remise des prix s'est déroulée dans les locaux de la CdM, et bien qu'un nombre réduit de participants ait seulement pu être accepté pour des raisons sanitaires, la devise était bien celle d'«agir ensemble» pour promouvoir les synergies et la durabilité vivante.

### La régionalité en vogue

«Le nombre de demandes pour le label d'origine a continué d'augmenter ces dernières années», a constaté Tom Oberweis ; et ce constat est cohérent avec la tendance, évoquée par le ministre Lex Delles, que «Les clients et les fournisseurs de services se concentrent de plus en plus sur la régionalité, les courtes distances et la durabilité». Le label «Made in Luxembourg» est aussi une plateforme qui permet à ses membres de trouver des fournisseurs et des partenaires locaux. L'importance des collaborations a été le thème de la cérémonie de remise des prix de cette année. Dans son «Call for Partnership», Beryl Koltz, responsable de l'identité de marque nationale, a souligné la force décisive que constituent les synergies pour renforcer durablement l'image de marque du Luxembourg.

### Origine en tant que marque

Le label «Made in Luxembourg» a été créé en 1984 à l'initiative du ministère des Affaires Etrangères, de la Chambre des Métiers et de la Chambre de Commerce afin d'identifier l'origine luxembourgeoise des produits et des services.

Le label «Made in Luxembourg» permet ainsi d'informer les consommateurs sur les produits nationaux et de faire connaître les produits de qualité à l'étranger. Il est attribué pour une période de cinq ans et fait partie du projet «Luxembourg Nation Branding». A ce jour, plus de 1.500 entreprises sont porteuses de ce label. Pour être labellisée, une entreprise doit justifier une production de bien, ou un ancrage de ses services au Luxembourg, exister depuis au moins douze mois et remplir des critères plus souples tels que celui de la prise en compte des initiatives des employés ou d'un engagement social.

Parmi les nouveaux porteurs du label cette année figuraient deux participants de la semaine «Made in



Luxembourg» à l'Exposition universelle de Dubaï. Cette semaine a été organisée par la Chambre de Commerce du 1 au 6 novembre. Le ministre Lex Delles s'est montré fier de cet engagement pour le pays : «Douze entreprises luxembourgeoises ont montré à Dubaï le haut niveau de savoir-faire, de créativité et de passion qui caractérisent nos entreprises «Made in Luxembourg».

Source : Chambre des Métiers et la Chambre de Commerce



**www.paperjam.lu**

Date: 01-12-2021

Periodicity: Continuous

Journalist: -

Circulation: 0

Audience: 2051

<https://paperjam.lu/article/il-faut-laisser-faire-marche>

## «Il faut laisser faire le marché»



Tom Baumert veut se concentrer sur les 90 premiers jours suivant sa prise de fonction pour prendre le pouls du secteur et de celles et ceux qui le font vibrer. (Photo: Andrés Lejona/Maison Moderne)

Ce 1er décembre, Tom Baumert aura la lourde tâche de prendre le relais de Nicolas Henckes à la direction de la CLC. Celui qui s'est rapidement frayé une place dans les arcanes du patronat évoque ses priorités avec, en filigrane, une approche libérale assumée.

La crise a-t-elle eu un impact sur l'esprit d'entreprendre?

Tom Baumert. – «L'impact a été très faible selon ce que j'ai perçu via la House of Entrepreneurship. Il est évident qu'en mars, avril et mai 2020, les demandes qui nous ont été adressées sont tombées à un niveau très bas, mais nous sommes entre-temps revenus au niveau de 2019, nous l'aurons même probablement dépassé d'ici à la fin de l'année. J'ajoute que la crise et les confinements ont aussi été des moments mis à profit par certains pour décider de devenir entrepreneur. Sans compter que nous n'avons pas encore connu cette vague de faillites d'entreprises tant redoutée en raison des confinements et de la pression qui était mise sur le cash des entreprises, en particulier dans l'événementiel, le tourisme et l'horeca. Nous devons toutefois rester prudents et surtout attentifs à l'égard des secteurs du tourisme et de l'événementiel.

Craignez-vous que les répercussions réelles de la crise arrivent d'ici quelques semaines, à mesure que les effets

des aides du gouvernement touchent à leur fin?

«Je suis davantage préoccupé par les restrictions sanitaires avec lesquelles les commerces doivent composer que par la fin des aides, en particulier dans l'horeca, qui risque de perdre une partie de la clientèle qui n'est pas vaccinée et qui ne voudra probablement pas effectuer un test payant à chaque fois. Il est inévitable que la poursuite des restrictions entraîne un impact, soit avec des fermetures, soit avec une refonte du business model de certaines entreprises. Le même constat vaut pour le secteur du voyage, et évidemment l'événementiel. Je reste néanmoins optimiste et je pense que, d'ici au printemps 2022, on devrait être sortis de la phase pandémique. Il reste six mois à affronter, mais avec des restrictions moins fortes que par le passé, les conséquences devraient être gérables.

Faut-il lever certaines restrictions sanitaires?

C'est mon avis personnel, mais à un moment donné il faut dire que l'État doit laisser la liberté à chacun de se faire vacciner en connaissance de cause. La communication a déjà été effectuée sur le sujet, chacun dispose de suffisamment d'informations pour prendre une décision. Je suis vacciné par conviction, mais je sais que beaucoup le sont pour retrouver une liberté. Mais jusqu'à quel moment cette partie de la population va-t-elle accepter des restrictions? Si l'on motive les gens à se faire vacciner pour recouvrer leur liberté, autant leur redonner une liberté totale si on veut susciter leur adhésion lors des prochaines campagnes de vaccination.

Faut-il imaginer de nouvelles aides, plus ciblées, pour les secteurs que vous venez d'évoquer?

«J'aurais plutôt tendance à ne pas cibler de nouvelles aides, car il y aura toujours des exceptions dans chaque secteur. Je plaiderais plutôt pour une nouvelle aide conditionnée à une perte de chiffre d'affaires à déterminer.

Donner aux petits indépendants la possibilité de toucher le chômage partiel au même titre que leurs équipes.

Tom Baumert

Que faut-il prévoir comme mesures pour favoriser la relance économique?

«Je pense tout d'abord à un signal qui serait adressé aux indépendants, en particulier aux petits indépendants, qui ont effectué des sacrifices durant la crise, à savoir leur donner la possibilité de toucher le chômage partiel au même titre que leurs équipes. L'inscription d'une telle possibilité dans la loi représenterait un pas important pour ces entrepreneuses et entrepreneurs. Si on parle de relance, je pense aussi spontanément aux bons d'hôtels qui ont déjà bien fonctionné. Pourquoi ne pas utiliser à nouveau ce procédé ou le décliner à d'autres desseins? Je pense aussi à des aides pour permettre aux entreprises de disposer de liquidités, par exemple via les instruments dont dispose la Société nationale de crédit et d'investissement (SNCI).

Faut-il limiter l'usage des chèques-repas aux restaurants pour les soutenir durant la période que nous traversons?

«Les supermarchés proposent aussi une partie de restauration. Je verrais dans cette décision une intervention de l'État assez forte et finalement assez difficile à mettre en place.

Outre des aides toujours en mode relance, faut-il stimuler l'investissement des entreprises, là aussi en octroyant de nouveaux subsides?

«La panoplie d'aides en la matière est déjà suffisamment large. Faut-il en inventer d'autres ou, au contraire, adapter celles déjà existantes si le besoin se fait sentir? Je plaide plutôt pour la seconde option. Je pense, en revanche, qu'il faut sensibiliser les entreprises à ces aides qui paraissent parfois nébuleuses quant aux formalités administratives à effectuer. Nous devons changer la perception à l'égard de ces aides tout en veillant à faire sauter des freins administratifs s'ils se présentent. Et surtout vulgariser l'ensemble du langage utilisé pour les démarches administratives préalables à l'obtention de ces aides. J'ajouterais que la mise en lumière des

réalisations effectuées par les entrepreneurs grâce à ces aides doit être faite dans ce même sens.

Le «consommer local» a gagné en importance depuis le début de la crise. Est-ce un objectif pour la CLC d'encourager cette tendance?

«Notre rôle se situe à un niveau macroéconomique, tout d'abord avec une offre de consultance auprès des communes qui le souhaitent. Nous proposons en effet 20 heures de conseil gratuit aux communes dans le cadre du Pakt Pro Commerce (mis en place par la CLC, le ministère de l'Économie direction générale [DG] des Classes moyennes et la Chambre de commerce, pour répondre à l'évolution des habitudes de consommation, nldr) afin de leur permettre de développer des stratégies commerciales ad hoc. L'autre levier en la matière est la plateforme Letzshop, dont la CLC est l'une des parties prenantes depuis sa création, également dans le cadre du Pakt Pro Commerce.

Nous avons pour ambition d'établir l'an prochain un rapport détaillé du paysage commercial national.

Tom Baumert

La CLC a aussi été à l'origine de la création du cadastre commercial, pensé comme un outil qui permet de disposer d'une vue actualisée et précise du paysage commercial national. Quels enseignements vous livre actuellement ce cadastre en ligne?

«Le cadastre, une initiative commune de la CLC, du ministère de l'Économie DG des Classes moyennes et de la Chambre de commerce, permet de faire des recommandations sur la base du concret, en fonction de la situation dans une localité. Il nous offrira surtout la possibilité d'ajuster les stratégies commerciales des communes en fonction du retour mesurable sur le terrain, en termes de passage par exemple. L'ambition est d'être dans le concret en mesurant autant que possible les données relatives à l'activité commerciale, mais aussi en s'interrogeant sur des éléments comme la sécurité ou encore l'éclairage public, qui concourent à une atmosphère commerciale agréable. Le cadastre nous permettra d'ailleurs de faire le bilan de l'évolution de l'activité commerciale au sortir de la crise. Nous avons pour ambition d'établir l'an prochain un rapport détaillé du paysage commercial national.

Qu'en est-il des grandes surfaces? Doit-on reconsidérer leur développement afin d'éviter une trop grande concurrence à l'égard des plus petits commerces?

«Le cadastre commercial permet de tout mesurer, mais je ne considère pas les grandes surfaces comme une concurrence à l'égard des petits commerces. Chacun propose une expérience différente à la clientèle, du centre-ville aux périphéries. Tout nouveau projet de grand magasin attire le scepticisme, et ce depuis que Cactus a ouvert sa première grande surface à Bereldange en 1967. Or, je ne connais pas encore de grande surface qui ait fermé au Luxembourg. Il faut laisser faire le marché. À l'État de définir un cadre, au marché d'ajuster l'offre en fonction de la demande des consommateurs. Ceci vaut pour les types de commerces, mais aussi les types de produits.

Comment percevez-vous les investissements d'un géant technologique comme Amazon dans le commerce de détail aux États-Unis?

«Je ne suis pas surpris. Un géant comme Amazon va essayer de diversifier son offre. Nous observons déjà actuellement différents types de commerces qui vont cohabiter, certains sans caissières par exemple, pour des raisons de business model, d'autres qui se concentrent sur un modèle avec un conseil plus qualitatif. La digitalisation a déjà accéléré – et va encore, dans le futur, accélérer – ces tendances. Je crois à un mix commercial avec différentes options pour des clients qui, d'une manière générale, utilisent de plus en plus différents canaux pour faire leurs achats. Nous l'avons vu durant la crise avec l'utilisation massive du commerce



en ligne, ce qui doit nous pousser à continuer à accompagner les commerçants locaux dans leur digitalisation via Letzshop.

Je suis à nouveau contre une intervention étatique qui rendrait obligatoire le télétravail.

Tom Baumert

L'ouverture dominicale des commerces reste un combat pour la CLC?

«Oui. Le consommateur est demandeur, les entreprises également, et je pense qu'une partie des employés sont prêts aussi.

Quel sera, à terme, l'impact du télétravail sur le commerce local?

«Je dois d'abord noter que le télétravail va rester profondément ancré dans les habitudes de nombreuses entreprises à qui il revient de trouver la meilleure manière de s'organiser. Je suis à nouveau contre une intervention étatique qui rendrait obligatoire le télétravail. Quant à l'impact sur le commerce, nous allons certainement voir la mise en place d'un nouvel équilibre au niveau de la fréquentation des villes par exemple, entre les différentes régions du pays. Les commerçants trouveront des solutions, j'en suis convaincu. C'est aussi pour cette raison que j'aime travailler auprès d'eux: ils sont orientés vers des solutions et sont souvent plus engagés qu'on ne le pense dans les bonnes pratiques et les normes environnementales. La recherche du profit à tout prix n'est pas, et de loin, leur principale raison d'être.

Vous deviendrez, ce 1er décembre, directeur de la CLC. Comment vous sentez-vous à l'approche de ce nouveau chapitre de votre carrière?

«J'ai le sentiment du devoir accompli après huit années passées à la Chambre de commerce, dont six à la tête de la House of Entrepreneurship, que nous avons développée en quelque sorte comme une start-up. Nous avons débuté avec neuf personnes, pour compter aujourd'hui 48 collaborateurs. Cette évolution, à laquelle j'ajoute l'utilité particulière de la House of Entrepreneurship durant la crise, illustre la pertinence de cet organe créé par la Chambre de commerce.

Mais pourquoi vous orienter vers la CLC?

«J'avais l'impression d'être arrivé à la fin de ma mission, mais je voulais rester dans le giron du patronat et mener un travail que je définirais plus comme 'advocacy' que comme lobbyiste. Je n'avais pas pour intention primaire de postuler, mais, après réflexion, je me suis dit que l'enjeu était intéressant. Il m'a d'ailleurs paru important de rencontrer les membres du bureau, que je connaissais, bien entendu, afin de comprendre leur vision et leurs ambitions. Il est indispensable que la symbiose soit parfaite, notamment entre le président (Fernand Ernster, ndlr) et le directeur. Je me sens soutenu au début d'une mission où, contrairement au secteur privé, le résultat du travail est parfois difficile à mesurer.

Vous êtes jeune – 36 ans –, vous avez gravi rapidement les échelons au sein de l'organigramme de la Chambre de commerce... Quelle est votre «recette magique» pour conduire ce parcours au pas de charge?

«J'avoue ne pas la connaître. Je travaille beaucoup. Je m'engage beaucoup. J'écoute aussi beaucoup et je suis curieux. J'essaie de structurer mes pensées autour des clients que l'on sert, ceux de la House of Entrepreneurship jusqu'à présent. À partir du 1er décembre, ce seront les 1.700 membres (entreprises et fédérations) de la CLC.

Votre parcours vous a permis de vous rapprocher aussi des entrepreneurs, de leur façon de penser...

«Oui, et ma formation dans une école de commerce (Solvay, ndlr) concourt aussi à cette proximité. Je suis pour une économie ouverte, mon approche est libérale. J'accorde aussi de l'importance à la place et la perception de

l'entrepreneur au sein de la société tout entière, en m'inspirant d'exemples étrangers intéressants, comme le Canada, où l'entrepreneuriat est beaucoup plus valorisé. En Europe, c'est un peu moins évident.

Le chemin est encore long pour que les entrepreneurs soient pleinement intégrés au débat public et politique.

Tom Baumert

Et au Luxembourg, pensez-vous que cette perception se soit améliorée ces dernières années, sous l'effet, par exemple, de l'initiative start-up nation?

«Oui, l'esprit d'entreprendre s'est amélioré, comme le montre le Global Entrepreneurship Index, mais le chemin est encore long pour que les entrepreneurs soient pleinement intégrés au débat public et politique. Certaines prises de parole de responsables politiques durant la crise ont montré que les deux mondes se côtoient sans forcément toujours se comprendre. Nous devons poursuivre la valorisation de l'entrepreneuriat.

En s'adressant notamment aux plus jeunes, dans les écoles?

«Les Jonk Entrepreneuren font déjà beaucoup pour présenter la vie des entreprises aux élèves. Maintenant que nous disposons d'un beau vivier de start-up, nous devons aussi les utiliser pour raconter leur histoire aux plus jeunes afin de contribuer à générer de l'intérêt pour l'entrepreneuriat. Cette démarche de sensibilisation, quasi culturelle, prend du temps, mais elle peut porter de jolis fruits.

On parle beaucoup de start-up, autrement dit d'entreprises nées autour de la technologie au sens large, mais peut-être moins des commerces qui se montent. Or, comme l'avaient dit en janvier 2018 les présidents de la Chambre des métiers – Tom Oberweis – et de la Fédération des artisans – à l'époque Michel Reckinger, le Luxembourg est aussi une «PME nation»...

«On considère souvent comme plus 'sexy' les start-up technologiques. C'est une tendance mondiale. Or, l'on constate, à la House of Entrepreneurship, que 99% des projets de création d'entreprise ne présentent pas le profil de la start-up. La grande majorité des entrepreneurs le sont donc dans des secteurs qui existent depuis longtemps, en l'occurrence dans le commerce et l'artisanat. Eux aussi innovent à leur manière. Il est donc important de poursuivre l'accompagnement des porteurs de projets de création de PME, qui demeurent la colonne vertébrale de notre économie.

Vous inscrivez-vous dans une forme de continuité avec votre prédécesseur, Nicolas Henckes?

«Nicolas a fait un formidable travail de refonte de la CLC, de son organisation et de sa proposition de service à destination de ses membres. Je vais bien entendu m'inscrire dans la continuité de cette refonte tout en imprimant mon propre style, peut-être plus orienté vers la recherche du compromis, que je ne considère pas en soi comme un échec.

Comptez-vous, comme votre prédécesseur, rester environ cinq ans à la direction de la CLC?

«Je suis impatient de commencer à travailler à la CLC, d'entrer en contact avec les membres et d'avoir les premiers contacts avec l'équipe. Je me concentre sur les 90 premiers jours de mon nouveau job. Non, je ne vais pas me fixer un quelconque maximum à ce moment.

Quelles sont justement vos priorités pour commencer ce nouveau travail?

«Je vais tout d'abord rendre visite à un maximum de membres pour bien comprendre la situation sur le terrain. J'ai, bien entendu, déjà eu l'occasion de parler avec un certain nombre d'entre eux depuis l'annonce de ma prise de fonctions. Je n'arrive pas non plus tout à fait en terrain inconnu. Ces prises de contact me font dire que, malgré la crise, l'état d'esprit est très encourageant. J'ajoute que je voudrais recueillir l'adhésion de l'équipe de permanents et de nos membres avant de lancer une vision pour les prochaines années, une vision qui ne sera



pas que ma vision, mais bien une vision collective, condition sine qua non pour qu'elle soit suivie de résultats.

Quelle sera la clé pour négocier avec le gouvernement?

«La représentativité et le support de nos 1.700 membres confèrent un poids non négligeable durant les négociations.

Quelle sera la clé pour négocier avec les syndicats?

«La même clé.»



## Merkur



Date: 01-12-2021

Page: 74-79

Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: -

Circulation: 34000

Audience: -

Size: 2 611 cm<sup>2</sup>



## The Interview

### Jean-Philippe Arié

HealthTech Cluster manager

*« Au sein de Luxinnovation, nous avons la chance de pouvoir faire appel à des compétences techniques pointues en plus des expertises médicales qui existent au Cluster Health. »*

— LUXINNOVATION GIE —

# « Le secteur progresse bien et je suis très confiant à propos de son développement. »

PHOTOS Laurent Antonelli / Agence Blitz et Envato (02)

Le cluster dédié aux technologies de la santé a été créé en 2008, à la faveur de la stratégie de diversification économique du gouvernement. En 13 ans, si son objectif n'a pas varié, ses priorités et ses actions se sont adaptées à l'évolution de l'écosystème et des acteurs qui le composent. Jean-Philippe Arié, qui est entré en fonction en 2018, est le quatrième manager du cluster. Il met désormais au service de la communauté *Healthtech* son double profil de chercheur et d'entrepreneur, ainsi que la passion qui l'anime pour l'innovation, les technologies ainsi que pour les relations humaines et la recherche des bonnes connexions. Rencontre au cœur de Belval, dans les locaux de Luxinnovation.

## Le cluster a été créé en 2008 sous le nom de Biohealth Cluster. Quand a-t-il changé de nom pour devenir le HealthTech Cluster et pourquoi ?

Le *BioHealth* cluster est l'un des premiers à avoir été créé au moment où le ministère de l'Économie a identifié dix secteurs prioritaires pour la diversification économique du pays. En 2008, la recherche publique a commencé à s'intéresser activement à la Bio médecine. À l'époque, dans ce secteur, il y avait déjà quelques entreprises luxembourgeoises très bien positionnées et reconnues internationalement. En revanche, au début des années 2000 les *HealthTech* étaient encore émergentes. Aujourd'hui, elles progressent rapidement. Au sein de l'agence Luxinnovation, dont la mission première est de soutenir les entreprises dans leur démarche d'innovation, notre cluster cible spécifiquement tout ce qui touche au domaine de la santé, c'est-à-dire ce qui concerne les médecins, les patients, les traitements, les technologies, la Sécurité sociale, les ministères concernés... En bref, tout un écosystème très riche. Mais, le Luxembourg étant un petit pays, il ne peut pas viser l'excellence et devenir leader dans tous les domaines à la fois. Il fallait donc s'orienter vers une stratégie de spécialisation. Pour donner une idée de la variété des

activités liées à la santé, prenons l'exemple de la Covid. Autour de cette maladie, un nombre très important d'offres s'est développé : les masques, le gel hydroalcoolique, les respirateurs, des applications pour les patients, les soignants, les gouvernements, des médicaments de soins ou de prévention, des logiciels et programmes de suivi de la pandémie, etc. On comprend mieux qu'un pays ne peut pas être spécialiste de tout à la fois. Quand je suis arrivé à la tête du cluster en 2018, nous avons établi un *mapping* du secteur avec le ministère de l'Économie et nous avons identifié deux segments particulièrement dynamiques au Luxembourg : les activités qui tournent autour des diagnostics et celles des *Medical devices*, c'est-à-dire les dispositifs médicaux. Cela peut aller des lunettes jusqu'aux seringues, en passant par des appareils IRM, des prothèses de hanche ou encore des outils AI pour aider au diagnostic de cancers... Ce constat, cumulé à celui que le secteur digital est très fort au Luxembourg, notamment grâce à un écosystème complet incluant la cybersécurité, l'intelligence artificielle ou encore le nouveau supercalculateur, nous a amenés à la conclusion qu'il fallait nous appuyer sur tout cela et orienter le cluster en priorité sur les *HealthTech*. D'où le changement de nom qui est intervenu en 2019. L'objectif était

d'exprimer notre stratégie dans le nom du cluster mais cela ne signifie pas que le cluster ne s'occupe que de diagnostics et de dispositifs médicaux. Nous demeurons un service public qui s'adresse à toutes les entreprises en lien avec le marché de la santé et, au travers des activités de Luxinnovation dans son ensemble, aux innovateurs dans tous les domaines.

## Que représente le secteur en termes de part de PIB et en comparaison internationale ?

En réalité, ces notions n'ont pas vraiment de sens pour le Luxembourg où les secteurs de la finance et des assurances sont prépondérants et continuent à progresser plus vite que tous les autres secteurs, ce qui peut donner la fausse impression que les *HealthTech* régressent en part de PIB. Les chiffres ne sont pas non plus comparables entre pays car les activités y sont comptabilisées différemment. Par exemple, les hôpitaux doivent-ils être inclus ou pas ? Il n'y a pas vraiment d'harmonisation européenne. Ce que je peux affirmer, en revanche, c'est que le secteur progresse bien et que je suis très confiant à propos de son développement, ce que nous validons à l'occasion de la publication annuelle de notre *mapping* sectoriel. Bien sûr, la Covid a eu des effets très





01

contrastés sur les entreprises. Certaines ont été ralenties. La plupart en ont profité pour reprendre des projets de R&D et utiliser ce temps particulier pour se préparer à revenir dans une bonne dynamique après la crise. Dans l'ensemble, il n'y a pas eu trop de casse et le secteur repart même assez fortement. Si j'en crois ce que j'entends autour de moi, les indicateurs sont plutôt au vert.

#### **Et en termes de nombre d'entreprises et d'emplois ?**

Notre dernier *mapping* fait état de 136 entreprises dont près de la moitié est active dans le diagnostic et les *medical devices* et un quart dans le bio-pharmaceutique. La grande majorité des salariés de ce secteur travaille dans des petites structures de 1 à 10 employés. Mais il faut relativiser ces chiffres, car ils datent de l'avant-Covid qui, comme je le disais précédemment, a eu potentiellement un effet contrasté sur le secteur. C'est ce que nous vérifierons dans quelques mois, lors du prochain *mapping*. La pandémie a aussi beaucoup accéléré le développement du secteur et ouvert des opportunités à des sociétés innovantes comme Molecular Plasma Group qui a appliqué sa technologie à base de plasma à l'application de virucide sur les masques. L'autre point à souligner concernant les chiffres est que beaucoup d'entreprises sont liées au secteur

de la santé par certaines de leurs activités sans avoir la santé comme cœur de métier. Il est donc difficile de les comptabiliser. Le seul nombre des entreprises ne suffit pas non plus à mesurer la maturité du secteur car la moitié d'entre elles ont moins de 10 ans. Or, dans notre secteur, les processus de développement et d'agrément sont très longs et demandent beaucoup d'investissements. Avant qu'un traitement (ou une technologie) soit autorisé à être distribué et qu'il soit ensuite adopté par les soignants, il faut beaucoup d'années, d'autant que parfois, il faut aller jusqu'à modifier certaines lois pour permettre leur diffusion. Le pays peut néanmoins se targuer d'héberger quelques pépites solides comme Flen Health, ABL (voir interview page 94), Arspectra ou encore LuxAI...

#### **En quoi consiste exactement l'action du cluster ?**

Le cluster rassemble et anime une communauté. Je dis souvent que nous avons deux métiers. D'une part, nous faisons de l'accompagnement personnalisé des entreprises, ce qui correspond à l'une des raisons d'être de Luxinnovation. Cela consiste à comprendre à quels marchés s'adressent leurs innovations de produits et services et à les orienter vers des sources de financement ou des partenaires éventuels.

D'autre part, nous sommes à l'origine de projets stratégiques ou d'événements collectifs qui représentent des opportunités de faire travailler des entreprises ensemble et de développer l'entraide entre sociétés matures et startups, par exemple. Dans cette catégorie d'action, il y a les workshops et événements que nous organisons au niveau national. La communauté des acteurs du secteur s'enrichit régulièrement de nouvelles activités, expertises et nouveaux visages qu'il est important d'introduire dans l'écosystème. Le Cluster joue également le rôle clé de facilitateur pour la mise en réseau et l'incitation des acteurs du secteur à participer aux événements et missions économiques organisés par la Chambre de Commerce ou à prendre part aux pavillons nationaux mis en place par le ministère de l'Économie dans le cadre de salons internationaux comme Medica à Düsseldorf ou Arab Health à Dubaï. Ce faisant, nous contribuons, avec nos partenaires, à rendre visible l'écosystème luxembourgeois à l'international et faisons en sorte qu'il soit de plus en plus connu et reconnu. Nous sommes à un moment charnière pour le secteur. Beaucoup de technologies émergent et beaucoup de sociétés se créent. Au sein de Luxinnovation, nous avons la chance de pouvoir faire appel à des compétences techniques pointues en plus des expertises médicales qui existent



« Dans la structure européenne Gaia-X, le Luxembourg est le pays leader pour la 'verticale' Health Tech. »

au Cluster HealthTech. Nous pouvons donc évaluer le sérieux des nouveaux entrants et veiller à la bonne réputation de notre secteur de l'innovation en santé.

Outre ces deux grands types d'action, une grande partie de notre travail est invisible. Il s'agit de la mise en relation, de la connexion des acteurs entre eux, que ce soit deux partenaires potentiels ou une entreprise avec un avocat ou un consultant pour répondre à une problématique précise. Ou encore une entreprise avec des acteurs de la recherche publique ou des utilisateurs finaux (hôpital...) pour tester des solutions. Ou bien encore des sociétés dont la santé est la *core business* avec des sociétés qui proposent des solutions à ces entreprises, et enfin la mise en relation avec les structures publiques comme la Chambre de Commerce, l'Office du Ducroire, les LTIO, le ministère de l'Économie. Grâce à cela, des projets voient le jour, des contrats sont signés. Cette partie invisible de notre activité est très efficace.

#### **Organisez-vous des interactions avec des acteurs en dehors du Luxembourg? Si oui, lesquels et pourquoi?**

Les entreprises nationales ont besoin de comprendre les marchés extérieurs, les adaptations nécessaires de leurs produits ou services ou de leurs notices et modes d'emploi, la conformité de ceux-ci aux législations des différents pays. Dans ce contexte, nous collaborons à des mises en contact avec des chambres de commerce d'autres pays et les LTIO. Les pays ont des maturités très diverses en termes de santé et des problématiques très différentes. Parfois, suite aux analyses, l'entreprise doit repartir sur des phases de recherche et il faut donc établir des contacts avec les meilleurs scientifiques étrangers. Pour favoriser

l'internationalisation des financements, j'aimerais donner un rôle supplémentaire au cluster. Nous allons réfléchir, dans les prochaines années, à la façon de le faire.

Nous nous intéressons également à l'échelle grand régionale. Nous sommes entourés par quatre grands pays de la santé : la France, l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas. Les échanges avec ces pays ne peuvent qu'être fructueux. Nous les abordons au travers des initiatives multisectorielles de Luxinnovation. Ce sont des pays qui ont des populations importantes qui sont confrontés aux mêmes défis de santé que le Luxembourg et avec lesquels nous pouvons faire des partenariats pour réaliser des études cliniques avec un nombre représentatif de patients, ce que le Luxembourg peut difficilement faire seul. Ils peuvent être sources d'inspiration également. Par exemple, quand l'un d'entre eux décide d'inclure une nouvelle technologie dans la liste des actes remboursables par son organisme de Sécurité sociale. Nous sommes donc en veille de tout ce qui s'y passe. Enfin, il nous arrive parfois d'être le point de contact pour des entreprises de pays tiers qui cherchent un endroit où établir leur bureau européen. Donc nous pouvons contribuer à attirer des entreprises étrangères sur le sol luxembourgeois.

#### **L'une de vos missions est d'accompagner les entreprises en recherche de financement. Quelles sont les possibilités dans ce domaine?**

Il y a beaucoup de possibilités et c'est pour cela qu'il est important d'aider les entreprises à y voir clair. Il existe des financements européens pour les projets qui font intervenir au moins trois représentants de trois pays européens différents. Il est aussi possible, pour une société seule, d'obtenir

des fonds européens si la solution qu'elle propose entre dans l'un des axes stratégiques définis par l'Europe. La Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et Luxinnovation animent la plateforme Entreprise Europe Network (EEN) qui est conçue pour favoriser des partenariats entre acteurs de différents pays européens. Ces partenariats peuvent prétendre plus facilement à des financements délivrés par l'Europe.

Au niveau national, outre les aides d'État à la recherche et à l'innovation dans les entreprises, il est aussi possible d'envisager des partenariats public-privé (PPP). C'est l'option qui a été retenue lors de l'appel à projets concernant les technologies de la santé, lancé par le ministère de l'Économie, le Fonds National de la Recherche (FNR) et Luxinnovation en avril 2021. Par ailleurs, des programmes comme *Fit 4 Start*, qui favorisent l'émergence de startups innovantes, peuvent représenter des opportunités pour notre industrie. À un autre niveau, il existe des possibilités de financements privés via les *business angels*, des structures de *private equity* ou des fonds d'investissement. Enfin, parmi les solutions un peu moins typiques, certains projets qui visent le bien-être et la médecine préventive peuvent, pourquoi pas, être soutenus par des sociétés d'assurance. Quelques associations de patients financent également des programmes de recherche visant des pathologies particulières. Ce dernier aspect est un peu moins développé ici que dans les pays anglo-saxons, mais il existe néanmoins.

#### **Quels sont les principaux défis du secteur?**

La compétition internationale est sévère mais notre pays possède de nombreux atouts, liés à la qualité de l'écosystème digital, notamment. Donc nous continuerons de voir des champions internationaux naître et/ou grandir au Luxembourg. Notre secteur national comprend des entreprises hyperspécialisées très solides.



**01. 02. 03.** Deux segments sont particulièrement dynamiques au Luxembourg : les activités qui tournent autour des diagnostics et celles des *medical devices*, c'est-à-dire les dispositifs médicaux.

La digitalisation est à la fois un vrai atout mais elle peut représenter aussi un défi car on a tout un système à digitaliser. Par exemple, si une norme européenne change, cela peut avoir un gros impact sur tout le système. Heureusement, les pays européens se parlent et l'harmonisation des normes se construit dans le dialogue. Le risque est donc modéré et le Luxembourg en particulier, qui est capitale européenne, est très présent dans les réseaux de réflexion. Dans la structure européenne Gaia-X, qui regroupe des représentants du monde des affaires de plusieurs secteurs, des scientifiques et des politiques, qui réfléchissent ensemble à une gouvernance commune pour la gestion des données interopérables, le Luxembourg est le pays leader pour la «verticale» *Health Tech*.

**Quel bilan faites-vous de la crise Covid ?**

À mon sens, cette crise a révélé l'importance de la dimension collective de la santé et le

besoin de recueillir rapidement des indicateurs sur des populations très nombreuses. Pour cela, il fallait de nouveaux outils. C'est donc une autre dimension de la médecine, en plus du «one to one» quand il s'agit de soigner une personne. C'est une vision plus statistique qui fait intervenir des bases de données. Nous savons désormais qu'il est indispensable de concilier ces deux dimensions. Les outils qui utilisent les données, les agrègent et les analysent permettent, en outre, d'affiner la prise en charge des patients sur les volets prévention, soins et suivi. Cela représente un nouveau défi de positionnement pour les acteurs du Cluster. La Covid a aussi accéléré certaines tendances comme celle de mettre le patient véritablement au centre des réflexions et de doter celui-ci d'outils d'auto-diagnostic et de suivi individuel.

Un dernier enseignement de la crise a été de voir que le secteur a été très réactif et solidaire.





### Quelles sont les perspectives offertes au secteur par le Superordinateur Meluxina de Bissen ?

MeluXina n'est pas réservé qu'à la seule recherche publique. C'est aussi un service destiné aux entreprises privées qui vont l'utiliser pour valider des hypothèses, développer des intelligences artificielles d'aide à la décision, etc. Un exemple d'application pourrait être la lecture d'images médicales. Grâce aux capacités de calcul du superordinateur, on pourra développer des algorithmes intelligents capables d'attirer l'attention du médecin sur un point précis, un écart à la normale. Ensuite, c'est l'expertise et l'expérience du médecin qui permettent d'analyser l'information pointée et d'en tirer des conclusions. Ce genre d'utilisation est l'avenir de la médecine. Les supercalculateurs permettent de fabriquer les chaînes de calcul pour arriver à ce résultat. MeluXina est donc au cœur de la stratégie pour nos deux segments prioritaires qui sont les

## « La compétition internationale est sévère mais notre pays possède de nombreux atouts. »

outils de diagnostics d'une part et les *medical devices* de l'autre. Le nombre des applications possibles est considérable, simuler des opérations, aider des médecins à visualiser des organes en 3D, etc. Cela ne fait que commencer car MeluXina vient tout juste d'être opérationnel. Les premières discussions sont en cours et les premiers clients se manifestent maintenant.

### Nous aimerions terminer avec quelques questions plus personnelles. Comment êtes-vous devenu Cluster manager au Luxembourg alors que vous dirigez une société de BioTech en France ?

Je suis titulaire d'un doctorat de biochimie des protéines et j'ai créé plusieurs sociétés dans ce domaine. J'étais en région parisienne en 2018, lorsque l'opportunité s'est présentée. L'écosystème parisien de HealthTech est très dynamique et stimulant. Il y a des universités, de nombreux centres de recherche. Paris est donc une des grandes capitales de ce domaine. Mais la ville elle-même est infernale à vivre, en particulier avec des enfants, notamment à cause de la pollution. J'avais donc la volonté de la quitter et j'ai regardé où se trouvaient les opportunités. Avec mon esprit d'entrepreneur je n'étais pas attiré par les endroits où tout était déjà en place. C'est ce qui m'a plu au Luxembourg, le potentiel de développement et un existant prometteur. J'ai donc écrit au Cluster pour prendre des renseignements sur les opportunités, avant même que celui-ci ne recrute son nouveau directeur. Au moment du remplacement de mon prédécesseur, ils ont donc pensé à moi.

### Le fait d'avoir été entrepreneur vous aide-t-il dans votre fonction de Cluster manager ?

Tous les jours sans exception. Pour comprendre les personnes, leurs motivations, leurs projets et problématiques. Ensuite parce qu'un cluster se conduit comme une entreprise avec des projets, des idées, etc. Il faut construire la stratégie, les budgets correspondants... et convaincre en interne et en externe pour faire avancer cette stratégie et ces projets.

### Et votre cursus en Bio Chimie et Bio Physique ?

Pareil, cela me sert tous les jours pour l'analyse des dossiers, comprendre certains aspects techniques et à les « traduire » pour mes collègues de Luxinnovation. J'utilise la méthodologie du chercheur, faire des recherches dans des publications, trouver des experts, avoir un esprit critique, etc.

Ce qui est nouveau pour moi, c'est que l'on passe sans cesse de l'échelle d'une entreprise à l'échelle de la politique nationale. J'ajoute donc cette corde à mon arc. J'avais déjà la casquette du chercheur et celle de l'entrepreneur. Ajouter celle du développement économique est très intéressant. Cela permet d'accéder à une vision beaucoup plus large. L'innovation est nécessaire à l'économie mondiale. On entre de plain-pied dans le futur. Et le mouvement va de plus en plus vite. La médecine va complètement se transformer dans les années à venir. Grâce au service *market intelligence* de Luxinnovation, nous pouvons anticiper ces transformations. La prévention va prendre une place considérable et l'hôpital de demain n'aura plus grand-chose à voir avec ce que l'on connaît aujourd'hui, dans l'intérêt des patients. Je trouve tout cela passionnant. ■

**Merkur**

Date: 01-12-2021

Page: 56-57

Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: -

Circulation: 34000

Audience: -

Size: 820 cm<sup>2</sup>

— FORMATION —

# Du défi des *skills* au challenge d'un écosystème de formation performant

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

PHOTO myleon / Unsplash

Malgré un besoin croissant en compétences diverses dans les entreprises, le recours à la formation stagne voire a baissé en 2020. Il est donc plus que jamais nécessaire de mettre en place des mesures réellement incitatives dans ce domaine.



**Les aides à la formation sont indispensables afin d'inciter les entreprises et leurs dirigeants et salariés à davantage y avoir recours, ceci pour répondre à l'augmentation régulière des besoins en compétences. Pourtant, en 2017, le Luxembourg a fait le choix de réduire l'aide au cofinancement de la formation en entreprise, ce qui a eu un impact négatif direct sur les actions de formation, auquel s'ajoute les effets significatifs de la crise sanitaire et économique. La Chambre de Commerce a interrogé les entreprises sur leurs politiques de formation lors du Baromètre de l'Économie du printemps 2021, et émis cet automne une dizaine de propositions pour redonner de l'essor à la formation en entreprise via un accès collectif<sup>1</sup> plus performant<sup>2</sup>.**

Les transitions technologique et environnementale, qui transforment l'économie et les entreprises, entraînent, dès maintenant, des défis majeurs en termes de compétences et, par conséquent, positionnent les formations de type «*up- & reskilling*» au cœur de la compétitivité. Ceci est renforcé par un contexte de pénurie de main-d'œuvre qualifiée qui va en s'aggravant. Au niveau mondial, 69% des entreprises interrogées en avril 2021 dans le cadre du *ManpowerGroup*

1. L'accès collectif à la formation professionnelle continue se fait conformément aux conditions et modalités à fixer, soit par une convention collective applicable à l'entreprise, soit par un plan de formation.

2. Cet article fait suite à la publication par la Chambre de Commerce le 14 septembre dernier de l'ECO NEWS FLASH 2021/N°3 «*Quelles aides à la formation pour relever le défi en matière de skills et soutenir une économie compétitive, résiliente et durable?*».

**« Selon le Baromètre de l'Économie, 34,3% des entreprises ne connaissent pas les aides à la formation, 31,6% y ont peu recours et seulement 34,1% en ont connaissance et en profitent véritablement. »**

Employment Outlook Survey ont ainsi déclaré avoir des difficultés de recrutement, contre 58% en 2020 et 40% en 2016. Cette pénurie touche tout particulièrement l'économie luxembourgeoise, en raison de la croissance continue des besoins sur son territoire.

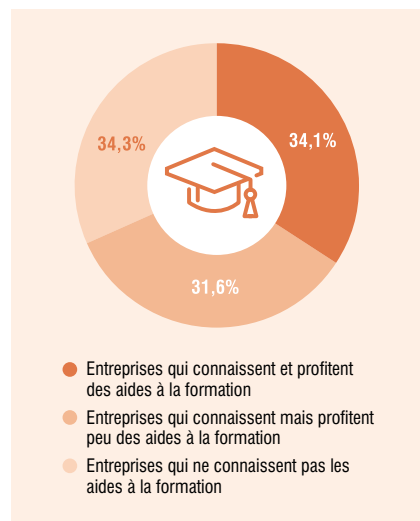
### Des politiques de formation fortement affectées par la crise...

La Chambre de Commerce a interrogé les entreprises au printemps 2021, dans le cadre du *Baromètre de l'Économie*, sur leurs politiques de formation, récentes et futures, et l'utilisation des aides dédiées. Bien que les entreprises fassent généralement un effort de formation interne, il en ressort notamment qu'une part bien trop importante d'entreprises luxembourgeoises ne fait pas appel (36,6%), ou seulement de manière ponctuelle (40,3%), à des prestataires externes pour développer les compétences de leurs salariés. C'est d'autant plus vrai pour les entreprises de 6 à 10 salariés, 48,9% d'entre elles ne faisant pas appel à de tels prestataires. En corollaire, plus d'une entreprise sur deux a consacré moins de 0,5% de sa masse salariale brute à son budget de formation en 2019, et huit sur dix, moins de 1,5%.

Le *Baromètre de l'Économie* révèle par ailleurs que 36,5% des entreprises ont vu leur budget de formation diminuer en 2020 par rapport à 2019, alors que 50,3% ont vu leur budget se stabiliser et 13,1% augmenter. Il y aurait ainsi un retard de formation accumulé durant la crise qu'il s'agira de rattraper dès aujourd'hui. En conséquence, 33,8% des entreprises estiment que leur budget de formation devrait augmenter au cours des 3 à 5 prochaines années. Les entreprises financières (50,3%), industrielles (39,2%) et du commerce (38,9%) anticipent une hausse notable de leur budget de formation, et donc de leurs besoins en compétences. Dans l'ensemble, les acteurs économiques luxembourgeois ont déclaré avoir d'importants besoins en compétences pour leur développement, et ceci dans tous les domaines : digitaux, organisationnels, relationnels et techniques.

### ... et des aides encore peu utilisées par les entreprises

Selon l'enquête précitée, 34,3% des entreprises ne connaissent pas les aides à la formation, 31,6% y ont peu recours et seulement 34,1% en ont connaissance et en profitent véritablement. La méconnaissance des aides concerne 41% des entreprises de 6 à 9 salariés et 35,7% des entreprises de 10 à 49 salariés. La principale aide utilisée par les entreprises est le cofinancement de la formation (34,9%), devant le congé individuel de formation (22,2%), les subsides pour cours de langue luxembourgeoise (8,1%) et le congé linguistique (4,9%). Il existe un lien fort entre la taille de l'entreprise et son recours au cofinancement de la formation.



Les derniers chiffres de l'Observatoire de la Formation concernant le cofinancement de la formation portent sur l'année 2018, soit l'année d'entrée en vigueur de la loi du 29 août 2017 abaissant le taux de cofinancement. L'aide de l'État à la formation professionnelle continue s'est élevée à 35,4

millions d'euros en 2018, soit une chute de 38,9% par rapport à 2017. Cette baisse est ainsi plus importante que la diminution du taux de cofinancement de l'État de 20% à 15%, et concerne aussi bien les grandes entreprises que les PME. Si la réforme de 2017 a eu pour conséquence de contenir les dépenses publiques, elle a, en revanche, été contreproductive s'agissant de l'accès aux aides pour les PME et les secteurs qui forment le moins, deux objectifs pourtant affichés.

### Un accès à la formation plus performant dès 2022 ?

Lors de l'enquête du *Baromètre de l'Économie*, les entreprises ont plébiscité deux mesures afin d'inciter les entreprises à renforcer leurs actions de formation : l'augmentation des aides à la formation à destination des entreprises et l'adaptation de l'offre de formation professionnelle continue. Elles demandaient aussi davantage d'accompagnement pour détecter les besoins en compétences et établir un plan de formation ainsi qu'une meilleure information sur les aides existantes. En effet, grâce à la connaissance de leur métier et de l'évolution de leurs marchés et concurrents, les entreprises et les réseaux sectoriels sont les mieux placés pour orienter la conception d'un écosystème de la formation résilient, durable et performant.

C'est ainsi que la Chambre de Commerce propose d'étendre le champ d'éligibilité de l'accès collectif, en revoyant notamment à la hausse le taux de cofinancement de base de l'accès collectif à la formation en général, et pour certains domaines de compétences en particulier. Elle suggère aussi de simplifier les démarches administratives pour les entreprises, de mieux sensibiliser, voire orienter les entreprises, et de revaloriser l'accès collectif, en mettant par exemple en place le principe du « tiers payant » pour l'accès collectif pour ainsi remédier aux temps de remboursement trop longs vis-à-vis des entreprises ou en incluant les travailleurs indépendants dans le dispositif. ■

Source : Baromètre de l'Économie du 1<sup>er</sup> semestre 2021 - Thématique : Skills & Training



## Merkur



Date: **01-12-2021**  
Page: **40**  
Periodicity: **Bi-Monthly**  
Journalist: -

Circulation: **34000**  
Audience: -  
Size: **215 cm²**



— FUTURE GENERATION —

## Un tremplin innovant vers le monde du travail

Depuis presque 10 ans et sans interruption, l'équipe de Youth & Work accompagne des jeunes en recherche d'emploi. S'appuyant sur ses contacts avec les entreprises, l'association a récemment lancé son nouveau programme : *Future Generation*.

S'étalant sur les 28 prochains mois, le programme *Future Generation*, en partenariat avec la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et la Chambre des Salariés, permettra à 270 jeunes d'entrer sur le marché du travail ou d'être admis à une formation scolaire ou universitaire. L'idée est aussi simple qu'audacieuse : inverser les rôles et proposer aux entreprises de présenter leur candidature auprès des jeunes pour obtenir leur engagement, leur créativité et leurs capacités, dans le but de développer et réaliser un projet de développement durable avec eux. De septembre 2021 à fin 2023, 18 projets de coopération avec des sociétés ou organisations seront mis en place, chaque projet faisant intervenir un groupe de 15 jeunes de Youth & Work. Chaque

coopération durera 6 semaines et aura pour but non seulement la réalisation d'un projet de développement durable, mais également le développement des compétences personnelles et professionnelles des jeunes afin que 70% d'entre eux trouvent un emploi, un apprentissage ou s'inscrivent dans une école ou une université. Le premier projet consiste à développer et créer le premier musée du déchet au monde, le «MUD», en coopération avec le Luxembourg Center for Circular Economy (LCCE). Les entreprises et organisations intéressées, ainsi que les jeunes à la recherche d'un emploi ou d'une formation, peuvent contacter Youth & Work ([www.youth-and-work.lu](http://www.youth-and-work.lu)). —





## Merkur

Date: 01-12-2021

Page: 40

Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: -

Circulation: 34000

Audience: -

Size: 183 cm<sup>2</sup>

— BERUFFSAUSBILDUNG.LU —

## « Choisis la voie de l'Apprentissage — Rejoins 2.000 apprentis »

Les chambres professionnelles du Grand-Duché lancent une campagne commune pour promouvoir l'apprentissage.



Faire alterner la théorie et la pratique pour optimiser l'acquisition des savoirs et les transformer en savoir-faire. Telle est l'ambition de l'apprentissage. Ce système de formation en alternance sous contrat d'apprentissage permet à des jeunes d'intégrer le monde du travail tout en continuant à se qualifier et aux entreprises de contrecarrer le manque de main-d'œuvre qualifiée. Chaque année au Grand-Duché, quelque 2.000 jeunes se lancent dans l'apprentissage et font ainsi leurs premiers pas dans la vie professionnelle. Au Luxembourg, la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers, la Chambre des Salariés et la Chambre d'Agriculture assurent avec le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse, l'organisation et la surveillance de l'apprentissage dans les professions commerciales et

administratives, l'artisanat, l'industrie et l'agriculture. Cette année, les quatre chambres professionnelles ont décidé d'unir leurs forces pour lancer une campagne de communication commune qui vise à promouvoir l'apprentissage et rappeler aux entreprises l'importance de l'apprentissage pour former ses futurs collaborateurs, et surtout, convaincre davantage de jeunes à se lancer dans l'aventure de l'apprentissage. La campagne est axée sur le digital afin d'optimiser et d'élargir l'interaction avec les entreprises et les futurs apprentis. —

■ Toutes les informations utiles et la campagne actuelle sont sur le site commun : [Berufsausbildung.lu](http://Berufsausbildung.lu)



## Merkur



Date: 01-12-2021

Page: 25

Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: -

Circulation: 34000

Audience: -

Size: 171 cm<sup>2</sup>

— OBSERVATOIRE NATIONAL DES PME —

## Un outil de soutien et de promotion polyvalent

**Lex Delles, ministre des Classes moyennes,  
Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce,  
Tom Wirion, directeur général de la Chambre des Métiers,  
et Tom Baumert, CEO de la House of Entrepreneurship,  
ont présenté fin octobre l'Observatoire national des PME.**

Ce groupement d'intérêt économique (GIE), initié par l'État, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers, est destiné à promouvoir et soutenir les PME du secteur du commerce et de l'artisanat. L'Observatoire national des PME contribuera notamment à la réalisation de trois projets significatifs. Le cadastre du commerce, réalisé à l'échelle nationale, sera un outil permettant d'offrir une vision précise du paysage commercial au Luxembourg avec pour but d'élaborer, de mettre en place et de gérer une base de données pour cartographier les cellules commerciales existantes sur le territoire national. Le cadastre permettra également de dégager des tendances pour accompagner de manière pro-active le développement du commerce de détail des acteurs locaux, telles que les communes. Par ailleurs, l'élargissement du réseau des bureaux régionaux de la House of Entrepreneurship à Esch-sur-Alzette et à Mondorf-les-Bains permettra de se rapprocher davantage des entrepreneurs et de faciliter l'accès à l'information concernant la création, le développement, la digitalisation, le financement ou encore

la reprise d'entreprise. Enfin, la transmission, la cession et la reprise d'une entreprise étant des processus souvent complexes qui nécessitent une préparation méticuleuse, les trois entités offriront un soutien efficace à travers la création d'une plateforme nationale unique pour les transmissions d'entreprises via le site [www.businesstransfer.lu](http://www.businesstransfer.lu). L'Observatoire permettra également de renforcer la collaboration entre les principaux acteurs de la promotion des PME. —



**Merkur****MERKUR**

Date: 01-12-2021

Page: 24

Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: -

Circulation: 34000

Audience: -

Size: 247 cm<sup>2</sup>

— HOUSE OF TRAINING —

## Digitalisation et transformation digitale au programme!

La House of Training propose des formations à distance et en e-learning. Rencontre avec Frédéric Girs, Programme Manager, pour un point sur l'impact de cette digitalisation sur les expériences des apprenants et des formateurs.

La formation à distance offre avant tout de la flexibilité et un accès facilité. La formation est alors à portée de main quelle que soit la localisation de l'apprenant. Pour autant, la distance ne diminue pas les échanges, le participant reste au centre de ce dispositif et de multiples interactions sont possibles.

L'e-learning offre une flexibilité encore plus grande, car il peut s'utiliser à tout moment, parfois en dépit d'une moindre interactivité.

«Les différents formats sont donc complémentaires et nous permettent de proposer un panel de formation de plus en plus adapté au monde professionnel.

Outre une veille constante du marché, nous sommes en relation directe avec les associations/fédérations sectorielles et professionnelles du pays pour nous adapter aux besoins des entreprises. Ensuite, nous bénéficions d'un vaste réseau de formateurs/experts proches du terrain. Finalement, les nombreux projets

de formations sur mesure déployés chez nos clients nous alimentent sur les problématiques réelles des entreprises.

En termes de digitalisation, les formations en bureautique sont destinées aux collaborateurs les plus demandées (Microsoft et Adobe).

Il y a aussi un fort attrait pour les thématiques réglementaires liées à la protection des données.

Notons que l'avènement du BIM «Building Information Modeling» dans le secteur de la construction impacte les pratiques professionnelles du secteur (Architectes et Ingénieurs-Conseils).

Il ne faut pas non plus négliger les formations dites soft-skills (Change Management, adaptabilité, collaboration), car dans un contexte de digitalisation, l'humain reste totalement central.

Enfin, l'offre de formation en digital banking, développée en étroite collaboration avec l'ABBL, ne cesse de s'enrichir.»







## LG Lëtzebuurger Gemengen

Date: 01-12-2021

Page: 80

Periodicity: Monthly

Journalist: -

Circulation: 5000

Audience: -

Size: 476 cm<sup>2</sup>

# BRÈVES ÉCONOMIQUES

PAR MARTINA CAPPUCCIO

### Oberweis s'installe à Schiffange

Le 5 novembre dernier, Oberweis a accueilli ses clients dans sa nouvelle boutique «Café by Oberweis» dans le centre commercial Redrock au sein de la zone Op Herbett à Schiffange. Avec une capacité d'accueil de 50 personnes, la boutique dispose également d'une terrasse pour restaurer ses clients pendant la pause déjeuner ou lors d'une halte gustative de 8h à 18h.

Source: [www.oberweis.lu](http://www.oberweis.lu)

### Fermeture de deux sites de production Dupont de Nemours

L'entreprise Dupont de Nemours a confirmé vouloir vendre ses sites de production DuPont Teijin Films et Hytel au Luxembourg, rassemblant au total 350 salariés. Acteur solide au sein de l'industrie nationale, Dupont de Nemours semble maintenir le dialogue social avec le LCGB. Le syndicat a annoncé que sa priorité resterait le maintien des accords sociaux avec le futur repreneur des sites.

Source: [www.lcgb.lu](http://www.lcgb.lu)

### Inflation au Luxembourg

Le rapport de l'Observatoire de la formation des prix a été édité à la fin du mois d'octobre. Le taux d'inflation moyen du premier semestre 2021 au Luxembourg s'est élevé 1,76% contre 1% au premier semestre 2020, notamment suite à la remontée du prix des produits pétroliers. Ce rapport n'inclut toutefois pas la hausse récente du coût de ces produits. Au niveau international, le taux d'inflation luxembourgeois reste supérieur à celui de l'Union européenne et de la zone euro.

Source: [www.meco.gouvernement.lu](http://www.meco.gouvernement.lu)

### Les terminaux Worldline compatibles avec les paiements Payconiq

Depuis le mois de novembre 2021, la majorité des terminaux de paiement du Luxembourg ont été rendus compatibles avec les applications de paiement Payconiq. En effet, Worldline, leader sur le marché des solutions de paiement, s'est associé avec l'application Payconiq aux 200.000 utilisateurs au Luxembourg pour répondre à la demande de leurs clients respectifs en matière de flexibilité. À noter que cette adaptation ne nécessite aucune infrastructure additionnelle pour les commerçants.

Source: [www.payconiq.lu](http://www.payconiq.lu)

### NEXT: POST Luxembourg crée un lieu dédié à l'innovation

Le 29 octobre dernier, POST Luxembourg a inauguré ses locaux «NEXT» notamment en présence du ministre de l'Économie Franz Fayot, des membres de la direction de POST Luxembourg et de nombreux invités en provenance d'institutions, mais aussi du monde de la recherche et de l'innovation. À travers ce concept innovant, la société entend catalyser l'innovation au sein du groupe, mais aussi soutenir ses partenaires et ses parties prenantes externes. Claude Strasser, directeur général de POST Luxembourg, a déclaré à cette occasion: «Rien de tel pour sortir de nos zones de confort respectives que de se remettre en question dans un environnement à la fois sécurisant et propice à la création».

Source: [POST Luxembourg](http://POST Luxembourg)

### Quatre fonds de la gamme BIL Invest labélisés ESG

BIL Invest Patrimonial Defensive, BIL Invest Patrimonial Low, BIL Invest Patrimonial Medium et BIL Invest Patrimonial High sont les quatre fonds de la gamme BIL Invest désormais détenteurs du label ESG LuxFLAG, et ce, jusqu'au 30 septembre 2022. Pour rappel, ces fonds ont dû respecter des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance pour obtenir le label. Lionel De Broux, Head of Fund Selection pour la Banque Internationale à Luxembourg, a précisé que les clients peuvent, en investissant dans ces fonds, «avoir un impact positif, donner du sens à leurs investissements, tout en faisant grandir leur patrimoine». Cette labélisation illustre l'engagement de la BIL pour une finance responsable.

Source: [Banque Internationale à Luxembourg \(BIL\)](http://Banque Internationale à Luxembourg (BIL))

### Création de l'Observatoire national des PME

L'Observatoire national des PME est un groupement d'intérêt économique (GIE) né d'une collaboration entre l'État, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers. Visant à promouvoir et soutenir les petites et moyennes entreprises du secteur du commerce et de l'artisanat, il repose sur trois initiatives, à savoir la gestion du cadastre du commerce donnant les tendances du marché, l'ouverture de nouveaux bureaux régionaux de la House of Entrepreneurship et la promotion d'une plateforme nationale pour les transmissions d'entreprises.

Source: [www.gouvernement.lu](http://www.gouvernement.lu)

### Baromètre de l'économie

Du 14 septembre au 4 octobre dernier, la Chambre de Commerce a recueilli l'opinion de 677 dirigeants d'entreprises sur l'état de l'économie luxembourgeoise. Ces derniers semblent optimistes alors que les sept indicateurs de conjonctures étudiés (l'activité des six derniers et six prochains mois, l'emploi, la rentabilité, les investissements ainsi que la confiance dans l'avenir de l'entreprise et de l'économie) présagent une reprise de l'activité. Plusieurs secteurs sont concernés par cette reprise dont ceux relatifs à l'énergie et à l'environnement, le commerce, les services non financiers, la construction ou encore l'industrie. L'Horesca reste le secteur qui pâtit le plus de la crise.

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

### L'artisanat face à un problème de terrain

Suite à une enquête menée en 2020, la Chambre des Métiers alerte sur une problématique de taille que rencontre le secteur de l'artisanat: alors que ses entreprises, exerçant principalement dans le secteur de la construction et de la mécanique, seraient aujourd'hui à la recherche de 73 ha de terrains pour étendre leurs activités, seuls 10 ha seraient disponibles dans les zones d'activités économiques. La Chambre des Métiers appelle le gouvernement à se pencher rapidement sur la question afin de viabiliser de nouveaux terrains ou de trouver des pistes transfrontalières pour résoudre cette problématique urgente.

Source: [www.cdm.lu](http://www.cdm.lu)

### Le programme des Mini-entreprises de Jonk Entrepreneuren Luxembourg

S'adressant à des élèves issus de l'enseignement secondaire général et secondaire classique et âgés de 15 à 19 ans, le programme des Mini-entreprises sensibilise ce public à l'entrepreneuriat en leur donnant la responsabilité de la gestion quotidienne d'une mini-entreprise pendant un an. La BIL, entreprise responsable et engagée, a placé le soutien à l'éducation au cœur de sa politique de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) et renforce à ce titre son implication dans le programme de l'asbl Jonk Entrepreneuren Luxembourg.

Source: [Banque Internationale à Luxembourg \(BIL\)](http://Banque Internationale à Luxembourg (BIL))



**Merkur**

Date: 01-12-2021

Page: 88-93

Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: -

Circulation: 34000

Audience: -

Size: 2 757 cm<sup>2</sup>**Startup****Martin  
Schoonbroodt**Founder & CCO,  
Probiotic Group**Un pas Vert un  
monde plus  
naturel**

TEXTE Marie-Hélène Trouilleux

PHOTOS Matthieu Freund-Priacel / Primatt Photography

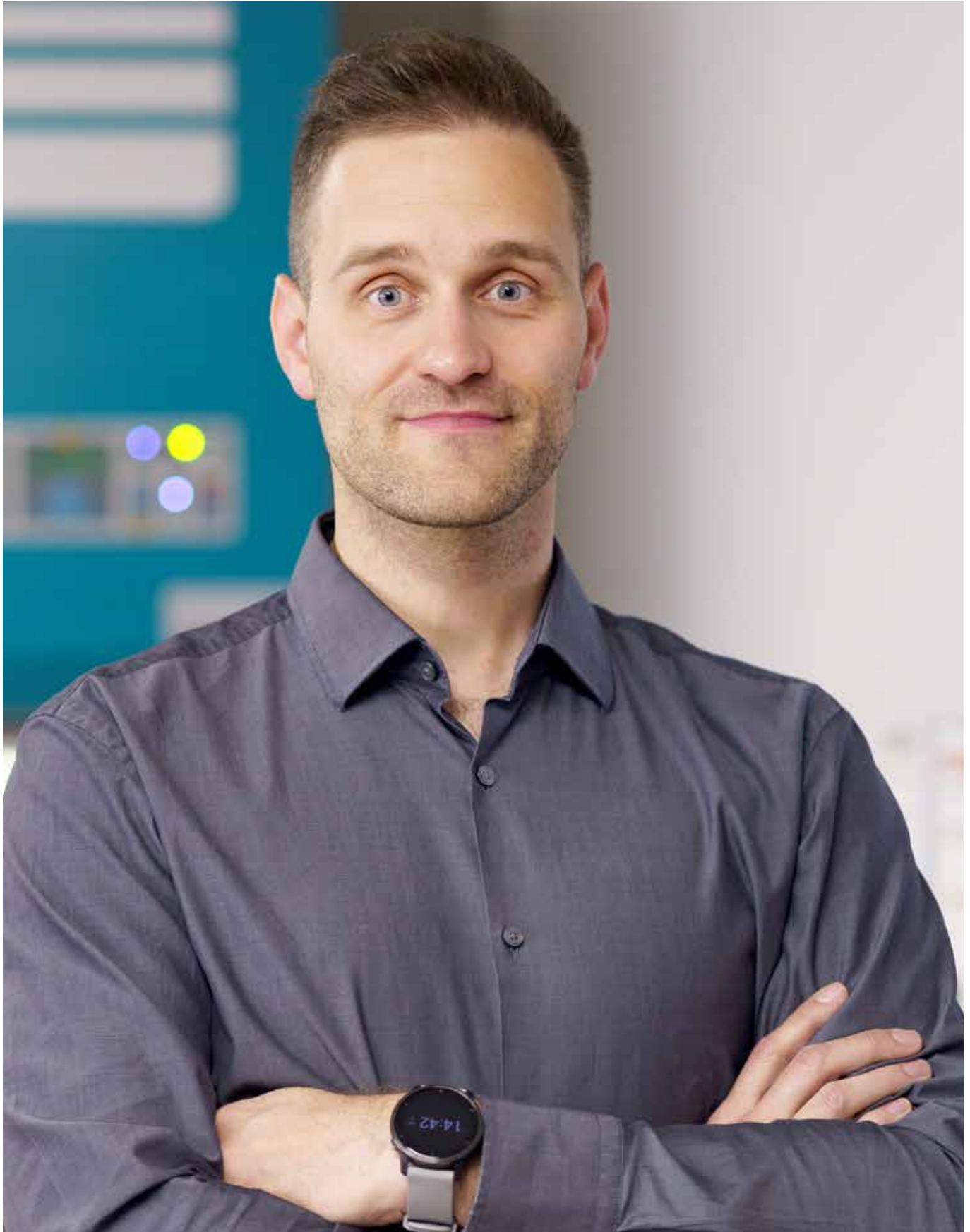
La startup luxembourgeoise Probiotic Group localisée à Beiler, dans le nord du Luxembourg, développe et commercialise des produits d'entretien, d'hygiène et de soin éco-responsables qui impliquent de fortes activités de R&D. Les produits de la société de biotechnologie s'adressent aux installations publiques et médicales, où la lutte contre la résistance des bactéries est une préoccupation majeure. Depuis la fin octobre 2021, la jeune société a ouvert une entité de R&D au sein de la House of BioHealth à Belval et envisage de développer des produits cosmétiques naturels.

**Quel est votre parcours et pouvez-vous nous parler du rôle que votre père a joué dans votre choix de carrière?**

Je suis d'origine belge et ingénieur diplômé dans les domaines de l'informatique et des sciences de gestion de l'entreprise. Mon père est médecin et en sus de son activité médicale, il a lancé plusieurs projets d'innovation dans l'informatique, dans l'orthodontie digitale et dans différents domaines du développement durable, notamment dans l'énergie solaire thermique et le stockage de l'énergie solaire. Sa dernière société active dans le secteur des panneaux photovoltaïque, comptait 500 personnes et a été rachetée par Siemens.

En 2013, mon père a lancé sur ses fonds propres un nouveau projet de développement durable visant l'usage de probiotiques dans le nettoyage et l'hygiène de surfaces dures, de la peau, des cheveux ou de la fourrure animale. Ce projet avait plusieurs objectifs : la réduction des bactéries pathogènes et du problème de la résistance aux antibiotiques, la diminution de l'usage de produits chimiques agressifs et non biodégradables et le rétablissement d'un écosystème microbien sain pour l'être humain et l'animal. Des procédés ont été mis au point pour développer une première génération de produits non toxiques, testés selon un protocole de nettoyage journalier en milieu hospitalier. Les premiers essais ont été concluants et ont montré une réduction substantielle des bactéries pathogènes liées aux infections dites « nosocomiales », c'est-à-dire, contractées au cours d'un séjour dans un établissement de

**«L'utilisation de  
probiotiques actifs dans  
le nettoyage est la clé  
pour lutter contre la  
résistance microbienne.»**



soins. J'ai été interpellé par les conséquences de multirésistance bactérienne et j'ai choisi de rejoindre mon père dans cette aventure.

### **Cette résistance microbienne constitue-t-elle une réelle menace ?**

Dans les milieux hospitaliers, nous assistons à une augmentation de la multirésistance des bactéries à l'origine de maladies infectieuses. Dans les salles de fitness, la surutilisation de détergents classiques détériore certains matériaux. Les désinfectants et produits chimiques que nous utilisons depuis des décennies, comme la soude caustique, le chlore ou l'acide citrique, sont devenus nocifs pour l'être humain et l'environnement. En plus de mettre en danger l'environnement, ils ne remplissent plus leur mission de nettoyage et de désinfection en offrant une efficacité optimale, car ils détruisent l'ensemble des bactéries, sans distinguer celles qui sont saines de celles qui sont nuisibles ! Ces nettoyants ont entraîné un déséquilibre biologique qui se traduit par une accoutumance des bactéries pathogènes, devenues de plus en plus résistantes aux agents chimiques, biocides et autres désinfectants. Il devient extrêmement difficile de lutter contre ces organismes nuisibles à l'homme ou à ses activités.

Prenons le cas des allergies : elles sont dues à une désinfection et aseptisation excessives. L'enfant n'est plus en contact avec une flore qui développe son système immunitaire. Dans les années 60, nous avons 3% d'allergies. Aujourd'hui, nous sommes à 38%, selon les chiffres de l'Association Belge de Formation Continue en Allergologie (ABEFORCAL). La multirésistance microbienne et bactérienne préoccupe de plus en plus les institutions internationales, notamment l'Organisation mondiale de la santé (OMS). Selon un rapport publié en 2016, *des niveaux alarmants de résistance ont été signalés dans des pays de tous les niveaux de revenu, de sorte que les maladies courantes deviennent incurables et que les interventions médicales qui sauvent des vies sont plus risquées à réaliser.* Le rapport souligne par ailleurs que *l'utilisation abusive ou excessive des antimicrobiens existants chez les humains, les animaux et les plantes accélère le développement et la propagation de la résistance aux antimicrobiens.* D'ici 2050, la résistance microbienne tuera plus de personnes que le cancer (8,2 millions de décès par an dans le monde, NDLR), si nous ne changeons pas nos habitudes.

### **Avez-vous constaté un changement de comportement avec la pandémie ?**



01



02



03



Les détergents éco-responsables sont en pleine croissance et constituent aujourd'hui 25% des parts de marché, contre 8 à 10% en 2015. Avec la pandémie, cette progression a légèrement chuté. La tendance a été de désinfecter tout, partout et parfois en dépit du bon sens. En cette période de sortie de crise sanitaire, les démarches éco-responsables, respectueuses de l'environnement, de l'être humain et de l'animal se sont accélérées. Le prix, seul, n'est plus un critère décisif. Aujourd'hui, la dimension santé, la composition des produits et leur impact environnemental influencent le choix de consommation.

### **Comment a démarré l'aventure Probiotic Group ?**

La création de Probiotic Group est partie de cette volonté de rendre le monde plus propre, en permettant une hygiène efficace, naturelle et inoffensive tant pour les êtres humains, que les animaux et l'environnement. En 2013, mon père et moi avons démarré nos activités de recherche au sein d'un incubateur à Eindhoven, aux Pays-Bas. Puis, dès 2016, nous

avons appris que le Luxembourg manifestait sa volonté d'investir dans le secteur des biotechnologies et souhaitait promouvoir des produits issus de la recherche luxembourgeoise. Les biotechs étaient au centre de la politique de diversification de l'économie nationale. Nous avons soumis un dossier qui a été approuvé par Etienne Schneider, alors vice-Premier ministre et ministre de l'Économie, et Mario Grotz, directeur général de la Recherche, de la propriété intellectuelle et des nouvelles technologies au ministère de l'Économie. Nous avons pu bénéficier ainsi de subsides RDI permettant de soutenir et d'accélérer l'innovation. La même année, nous avons délocalisé l'ensemble de nos activités au Grand-Duché. Mon père a alors décidé de poursuivre ses travaux de recherche sur le sol luxembourgeois. En juillet 2019, nous avons signé un contrat de collaboration avec le Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST) et le Luxembourg Centre for Systems Biomedicine (LCSB), où travaille notamment le professeur Paul Wilmes, connu sur le plan international pour ses recherches dans le domaine des micro-organismes. Ces instituts





de recherche sont en mesure de nous aider à approfondir la connaissance fondamentale et appliquée du microbiote et à étudier l'impact de nos produits sur l'environnement.

#### **Pouvez-vous décrire les activités de votre société ?**

Nous développons des produits durables et naturels pour l'industrie du nettoyage, de l'assainissement de l'environnement, de l'hygiène et des soins grâce à l'adjonction de micro-organismes actifs non pathogènes, non toxiques et naturels regroupés sous le nom de probiotiques. C'est un moyen efficace pour se débarrasser des matières organiques pouvant être associées à un déséquilibre microbien ou responsables des odeurs désagréables. Les micro-organismes que nous ajoutons permettent d'éliminer les résidus organiques et favorisent un environnement sain et naturel. La nature nous a montré le chemin, l'équilibre est la clé. Au terme de plusieurs années de recherche, Probiotic Group a lancé sa propre marque, Provilan, sous laquelle nous commercialisons nos produits. Une partie de ces produits sont

destinés aux vétérinaires et rencontrent un large succès. Tous nos produits sont naturels et nobles, mais le marché B to B est sensible aux prix qui doivent être justifiés sans être excessifs. Pour donner un ordre de prix, un flacon de savon de 300 ml coûte 8,50 euros. Nous avons développé des produits de luxe, commercialisés sous la marque «Pour nous» et «Simple Goods », parfumés naturellement et avec un beau packaging, pour les hôtels et les centres de soins et de bien-être. Nous proposons également aux industriels des produits sous marque propre avec un habillage personnalisé. La mise en flacons de nos solutions jusqu'à leur emballage sont effectués au Luxembourg. Nous privilégions les circuits courts. Nos flacons, par exemple, sont produits en Allemagne, à une quarantaine de kilomètres de notre société et sont fabriqués à base de matières plastiques recyclées de l'industrie automobile.

Nous ne faisons pas de ventes aux particuliers, ce qui nécessiterait un effort trop important en matière de logistique. Nos produits sont distribués par nos partenaires, distributeurs et agents qui partagent nos

**01. 02.** Probiotic Group Luxembourg est une société familiale de biotechnologie installée à Beiler, au nord du Grand-Duché de Luxembourg.

**03.** Probiotic Group a lancé sa propre marque, Provilan, sous laquelle elle commercialise ses produits. La mise en flacons des solutions jusqu'à leur emballage sont effectués au Luxembourg.

**04.** La startup privilégie les circuits courts. Ces flacons blancs (photo) sont produits à une quarantaine de kilomètres de la société et sont fabriqués à base de matières plastiques recyclées de l'industrie automobile.

*«La nature nous a montré le chemin, l'équilibre est la clé.»*





**« D'ici 2050,  
la résistance  
microbienne tuera  
plus de personnes  
que le cancer, si nous  
ne changeons pas  
nos habitudes. »**

**05. 06. 07.** Les produits conçus et commercialisés par Probiotic Group constituent un mélange de sciences et d'innovation.



valeurs. Nous comptons aujourd'hui quelque 1.500 clients B to B internationaux. Nous distribuons au Luxembourg et travaillons avec le groupe de nettoyage Dussmann, les magasins Naturata, plusieurs pharmacies, le Cora à Foetz, Autopolis avec un projet de destruction des odeurs dans les voitures, etc. Nous exportons actuellement en Allemagne, en Autriche, en Belgique, au Danemark, en Espagne, en Grèce, en Italie, aux Pays-Bas, en Pologne, au Royaume-Uni, en Slovaquie, en Slovaquie, en Suisse et en Ukraine.

**Êtes-vous membre d'organismes ou d'associations et avez-vous établi des partenariats qui vous aident à vous développer au niveau national et international ?**

Nous avons le label « Made in Luxembourg » et nos produits sont certifiés Ecocert, SuperDrecksKëscht et PETA (Cruelty-Free and Vegan). Nous sommes membres de la Fédération des Industriels Luxembourgeois (FEDIL) et de Detic, l'association belgo-luxembourgeoise des producteurs et des distributeurs de cosmétiques, détergents, produits d'entretien,

colles et mastics, biocides et aérosols. Un contrat de collaboration avec l'Office du Ducroire nous permet d'accroître nos capacités d'exportation, notamment en nous donnant la possibilité de participer à des foires internationales. Nous avons également adhéré au Business Club France-Luxembourg de la Chambre de Commerce pour nous aider à pénétrer le marché français. Nous recherchons activement des distributeurs et des partenaires en France ! Nous venons de signer un partenariat stratégique avec Procter & Gamble et nous allons collaborer avec les Laboratoires Expanscience (entité belge) spécialisés dans la dermo-cosmétique, rhumatologie, dermatologie et la commercialisation d'actifs cosmétiques. Ils détiennent, notamment, Mustela. Dans le cadre de cet accord, nos produits seront distribués par Expanscience auprès de 3.000 pharmacies.

**La pandémie a-t-elle eu un impact concret sur vos activités ?**

Nos activités ont explosé lors de la pandémie. Nous sommes passés de 9 à 23 personnes en l'espace d'un an. Pour nous aider à gérer cette

croissance brutale, nous avons eu recours au programme de soutien et d'accompagnement #ReAct mis en place par la House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce et largement promu pendant la crise sanitaire. Le partage d'expériences et d'outils dans une approche communautaire, le check-up personnalisé de notre situation, l'identification de nos besoins, et la mise en place d'un plan d'action et d'un accompagnement humain, stratégique et juridique nous ont vraiment aidés ! Depuis, j'ai appris à déléguer, à prendre du recul et je suis plus serein. Nous avons réorganisé nos services et nommé des responsables en interne. Nous traitons toute la chaîne de valeur et il est important que tous nos services fonctionnent bien ensemble. Mon père vérifie l'orientation stratégique de la société et entretient les relations avec le ministère. Multilingue, j'ai en charge le développement commercial, les relations internationales et les alliances stratégiques du groupe.

En matière de *Research/Development and Innovation* (RDI) en lien avec le Covid, 80% des frais sont pris en charge par le gouvernement, contre en moyenne 70% pour la RDI générale. Ces nouvelles dispositions nous permettent de positionner nos produits pour lutter contre la pandémie. L'année dernière, le gouvernement et le ministère de la Recherche nous ont sollicités pour créer des désinfectants naturels. Nous avons présenté un dossier au ministre de l'économie, Franz Fayot, et obtenu un million d'euros pour poursuivre nos travaux et financer la recherche de nos scientifiques et les analyses en laboratoire. Nous avons travaillé avec des souches du coronavirus émanant de chats et de porcs, non transmissibles à l'homme. Ce virus est un virus enveloppé,



08



09



10



11



12

c'est à dire, un virus de forme sphérique, dont la capsid - ou la coque qui entoure l'acide nucléique viral - est recouverte d'une enveloppe formée de protéines, de lipides ou de glucides. Or, nos micro-organismes se nourrissent de protéines et de graisse, tout comme le virus. En 2022, nous serons en mesure de produire des désinfectants sélectifs aux normes européennes (EN), aptes à réduire les «mauvaises» bactéries et virus et ce, sans pollution chimique, ni pictogramme de danger.

#### Quelles sont les techniques de R&D de Probiotic Group et est-il facile de trouver les profils d'experts ?

Nos produits constituent un mélange de sciences et d'innovation. Les bioprocédés impliquent de fortes activités de R&D qui ont des coûts élevés. De plus, le secteur de la biotechnologie présente la particularité d'être très complexe et d'avoir des temps de développement très longs. Il faut compter environ 500.000 euros de frais avant de pouvoir commercialiser un produit biocide, par exemple. Les produits biocides requièrent des analyses d'efficacité selon des normes européennes strictes opérées par des laboratoires indépendants. Le processus prend 9 à 12 mois et doit être contrôlé par l'administration compétente. Des tests de toxicologie doivent ensuite être réalisés sur 6 à 9 mois et nous devons attendre le résultat des analyses avant d'obtenir une autorisation de mise sur le marché.

Nos procédés liés aux cas d'application sont protégés par des brevets européens. Nous protégeons les effets et les applications de nos solutions sur l'environnement extérieur, pas la bactérie en elle-même. Une bactérie est un être vivant et n'est donc pas brevetable. Nous

avons un juriste en interne qui travaille avec plusieurs cabinets spécialisés. La réglementation pour les cosmétiques est encore plus complexe... Il est difficile de trouver les bons profils au Luxembourg. Nous n'avons aucun candidat luxembourgeois, malheureusement. Nous venons d'embaucher une formulatrice experte en cosmétiques qui vient de Bretagne, et une vétérinaire spécialisée de la périphérie de Lyon en France. Nous devons aller chercher ces profils d'experts en France, en Allemagne, au Portugal et en Belgique.

#### Quelles sont vos perspectives d'avenir et projets de développement ?

L'industrie de la détergence, des produits d'entretien et des produits d'hygiène industrielle représente aujourd'hui 50.000 milliards d'euros. La biotechnologie est un secteur de pointe en forte évolution, caractérisé par un marché très dynamique d'entreprises tournées vers l'innovation et la recherche. Probiotic Group a l'ambition de devenir un acteur majeur dans le domaine du bio-assainissement et des soins durables. En octobre 2021, nous avons ouvert une entité de R&D au sein de la House of BioHealth. Après les produits de soin dans le domaine vétérinaire, d'hygiène et de nettoyage, nous allons nous lancer dans le domaine des cosmétiques. D'ici 2030, nous espérons que Probiotic Group comptera une centaine de collaborateurs. Nous envisageons de faire construire dans les trois prochaines années un nouveau site de production de 3.000 m<sup>2</sup> dans la commune de Troisvierges, pour continuer à développer les lignes de production de nos produits. Le marché est large et l'avenir de la société a de belles années devant elle! ─

**08. 09.** Pendant la pandémie, la jeune société est passé de 9 à 23 personnes en l'espace d'un an. Pour l'aider à gérer cette croissance brutale, Martin Schoonbroodt a eu recours au programme de soutien et d'accompagnement #ReAct mis en place par la House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce.

**10.** Les bioprocédés impliquent de fortes activités de R&D qui ont des coûts élevés.

**11.** Les produits durables et naturels de Probiotic Group sont destinés à l'industrie du nettoyage, de l'assainissement de l'environnement, de l'hygiène et des soins.

**12.** L'entreprise a également développé des produits de luxe, commercialisés sous la marque « Pour nous » et « Simple Goods », pour les hôtels et les centres de soins et de bien-être.

#### Plus d'informations :

- www.probiotic-group.com
- www.provilan.com
- www.pour-nous.com





**BOLD**  
MAGAZINE

### Bold Magazine

Date: 01-12-2021

Page: 22-24

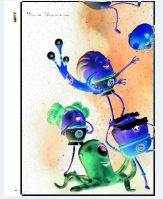
Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: Godefroy Gordet

Circulation: 19825

Audience: -

Size: 9 418 cm<sup>2</sup>



# SARAH SUTTER & FRÉDÉRIC WEDEUX

## RÉALISATEURS DU VIRTUEL

Sarah Sutter et Frédéric Wedeux sont issus d'une génération bercée par les Films Disney, et qui a connu ensuite l'avènement de l'animation 3D, autour de productions comme *Toy Story*, *L'Âge de glace*, *Wall-E* ou *UP*. Tous deux étonnés et fascinés par les prouesses techniques qui ne cessaient d'évoluer, ils sont très tôt convaincus de mettre leur passion au service de ce genre cinématographique à part entière. Rencontre avec deux noms bientôt incontournables du cinéma d'animation, disons-le : international.

Sarah, part dans le nord de la France pour étudier l'animation 3D, Frédéric, vers Namur dans la même idée. À la fin de leurs études, Sutter fait ses armes à Londres sur des séries pour enfants et des publicités, quand Wedeux s'essaye au clip musical et au graphisme 3D chez Benuts – La Hulpe. Ils ne se connaissent pas avant d'arriver chacun de leur côté et quasi en même temps chez Zeilt Productions Luxembourg. Là, quelques années après leur arrivée, le producteur et réalisateur oscarisé Laurent Witz propose à Sarah Sutter de reprendre la réalisation de *Nächst Statioun*, puis c'est au tour de Frédéric Wedeux de diriger certains épisodes, pour livrer, in fine, une série ludo-pédagogique luxembourgeoise au succès dithyrambique, qui se vend partout dans le monde, comme des petits pains.

**« DANS LA 3D, TOUT EST  
FAIT EN PARALLÈLE,  
PROGRESSIVEMENT »**

### GENÈSE

« Je voulais faire quelque chose d'artistique, mais je n'arrivais pas à mettre le doigt dessus », explique Sarah Sutter quand on lui demande comment elle est arrivée dans l'animation 3D. À une époque où le genre n'en est qu'à ses balbutiements, c'est comme un nouveau monde qui s'offre à eux, pour « une voie prise par hasard », comme le décrit Frédéric Wedeux. Insufflés par une révélation de se rendre compte qu'il existe une professionnalisation dans ce sens, pour elle, et de par le secteur du jeu vidéo, « ma plus grande source de consommation d'images virtuelles », pour lui, à leur découverte de ce domaine, ils ne lâcheront finalement

jamais leur rêve de créer eux aussi, des univers tels que ceux de leurs inspirations. Cinéastes de l'animation, les voilà réalisateurs du virtuel, travaillant pas à pas à la conception de concepts, « dans le cinéma du réel, tout se passe sur le tournage. Dans la 3D, tout est fait en parallèle, progressivement », comme l'explique Sarah Sutter. Les réalisateurs du cinéma 3D travaillent avec des graphistes et non des acteurs, « il nous est donc impossible de réagir en direct d'après les performances d'un artiste sur le lieu de prises de vues. Cela se fait donc en deux temps », précise Wedeux. C'est la plus fondamentale différence et ce qui aura guidé leur travail sur *Nächst Statioun*, leur première signature en tant que réalisateurs.

### NÄCHST STATIOUN

Comme un symbole, chacun d'eux signe sa première réalisation sur une série animée d'une telle importance. Imaginée par le producteur et réalisateur oscarisé Laurent Witz, avec le concours graphique et narratif de Ghayth Chegaar et Cyril Bossmann, et le fervent travail de coproduction d'Emmanuelle Vincent, *Nächst Statioun* est pensée comme une série d'animation à destination des enfants entre 8 et 12 ans. Sarah Sutter arrive la première sur le projet, « Laurent Witz m'a confié son bébé. Le concept était posé, les personnages, le design, un premier pilote existait déjà. De là, on m'a vraiment demandé de m'appropriier tout ça ». Ainsi, les mains totalement libres, elle réalisera 23 épisodes sur les 26 de cette série qu'elle imagine colorée et très lumineuse. Frédéric Wedeux vient par la suite enrichir de sa vision le projet pour signer 3 épisodes et enrichir son expérience, « c'est quelque chose qu'on fait beaucoup chez Zeilt, que de donner l'occasion aux collaborateurs de grandir professionnellement », explique Sarah Sutter. Wedeux s'intègre donc à un projet déjà posé avec une certaine sérénité, et y fait ses armes, comme l'a fait Sarah Sutter



ARTY

Texte : Godefroy Gordet  
Images : Zeilt Productions Luxembourg

avant lui, « il a pu vraiment gérer seul ses propres épisodes, et ça a été vraiment beau de travailler ensemble, on a grandi ensemble », s'enthousiasme la réalisatrice de chez Zeilt. Pour Wedeux, la boucle est bouclée, lui qui avait déjà travaillé en 2015 sur un premier teaser de « Prochain Arrêt » – devenu *Nächst Statioun*, ensuite –, en tant que graphiste 3D. Il travaille donc d'abord en tant que graphiste sur la série réalisée par Sarah Sutter, pendant plus d'une année, et puis le voilà catapulté à la réalisation de quelques épisodes sur la deuxième partie de la production, « je m'y suis bien évidemment attelé avec enthousiasme ! », raconte-t-il. Klaus et Mish, deux extraterrestres minuscules débarquent sur Terre pour l'envahir. Décidés à s'y installer, les voilà voyager de lieu historique en monument pour y établir leur QG. Mais du haut de leurs trois pommes, tout paraît très impressionnant sur cette planète nouvelle et fascinante. Série ludo-éducative, mettant à l'honneur le patrimoine luxembourgeois.

### UN SUCCÈS MONUMENTAL

*Nächst Statioun* se veut pleine d'humour et d'émerveillement, amusante à regarder, « tout en donnant envie aux spectateurs d'aller découvrir par eux-mêmes les lieux visités », conclut le réalisateur. Un succès critique et public monumental, à l'image des lieux que visitent les deux personnages.

Et pour chacun des deux réalisateurs du projet, le plus important et le plus marquant a été le retour du public cible : les enfants. Et ce fut une immense réussite, « RTL avait lancé un concours auprès des enfants. Il s'agissait d'envoyer des dessins de Klaus et Mish en échange de peluches... Ils ont reçu plus de 700 dessins. C'était juste merveilleux et fou », se souvient Sarah Sutter. Alors, après une première diffusion du premier épisode sur écran géant au LuxFilmFest, *Nächst Statioun* a été diffusée en 2020 sur RTL, et dans tous les cinémas Kinopolis. Après s'être logée sur RTBF, au début de l'année, en cette rentrée 2021, la série vient d'intégrer la grille des programmes de 4 nouveaux diffuseurs en Australie (ABC), au Brésil (Globo), en Corée du Sud (Daekyo) et au Canada (TV5 Monde). Un tel export à l'international assez rarissime, qui a été une belle surprise pour tout le monde dans ce projet, « on a été étonnés de voir l'intérêt que la série suscitait à l'étranger, mais après réflexion, pourquoi pas ? ! », s'amuse Wedeux.



Et en même temps que le cinéma d'animation luxembourgeois, c'est le Grand-Duché en tant que tel qui exulte dans le monde grâce à *Nächst Statioun*, « ce qui est étonnant c'est que le public de ces pays-là regarde des épisodes sur le Luxembourg... C'est bien la preuve que l'on s'intéresse à nous », argumente Sarah Sutter, avec un brin de fierté.

### MADE IN LUXEMBOURG

Tous deux luxembourgeois, Sarah Sutter et Frédéric Wedeux sont donc logés chez Zeilt Productions, une société établie au Grand-Duché, et des plus renommées en Europe depuis l'Oscar du meilleur court métrage d'animation pour *Mr Hublot* – devant une production Disney –, ayant placé le Luxembourg sur la carte du cinéma d'animation.

Et à nouveau, avec *Nächst Statioun* les deux réalisateurs poursuivent l'idée d'une véritable et active industrie cinématographique luxembourgeoise et plus particulièrement dans le domaine de l'animation, reconnaissance du Luxembourg comme un pays de cinéma au sens large, comme le précise Frédéric Wedeux, « L'industrie cinématographique luxembourgeoise a un bel avenir. Il y a de plus en plus de projets qui font du bruit, de par leur qualité, mais aussi leur originalité ! » Et c'est indéniable que les aides et soutiens, notamment grâce au Film Fund, permettent d'imaginer sur le sol luxembourgeois, et ailleurs, des projets plus ambitieux qui attirent l'attention, « je pense qu'il faut continuer

à attirer les gens dans le pays et dans le domaine, et les rassurer quant aux possibilités professionnelles qui existent, pour faire grandir plus encore ce potentiel et cette reconnaissance », conclut Sarah Sutter.

**« LE PUBLIC DE CES PAYS-LÀ REGARDE DES ÉPISODES SUR LE LUXEMBOURG... C'EST BIEN LA PREUVE QUE L'ON S'INTÉRESSE À NOUS »**

**delano.lu**Date: **30-11-2021**Periodicity: **Continuous**Journalist: **Cordula Schnuer**Circulation: **0**Audience: **1129**<https://delano.lu/article/brands-we-love-ambassadors-for>

## Brands we love: Ambassadors for Luxembourg



The Made in Luxembourg label was founded in 1984. Currently, 1,500 businesses hold the label. 134 received it in 2021 Photo: Nader Ghavami/Maison Moderne

**Around 1,500 businesses carry the Made in Luxembourg label, which is seeing a rise in popularity in the wake of the pandemic and as customers are looking for more local and sustainable products and services.**

“It is becoming more and more relevant,” said Elke Hartmann of the Chamber of Skilled Trades and Crafts. “Even though it is not a quality label but an origin label, customers associate quality with it.” Still, businesses need to show that they are worthy, not only by producing in the country but also by delivering on soft criteria, such as staff initiatives or community engagement.

“We regularly receive requests for design, but the production is abroad, because it is too expensive in Luxembourg or there aren't enough seamstresses. That doesn't work. For IT companies, too, development needs to happen in Luxembourg,” said Edith Stein of the Chamber of Commerce.

Rich and diverse

The pair over the years have discovered surprising businesses. “We visited someone who makes waffle irons,”



said Hartmann, who also encountered glaziers specialised in restoring and conserving church windows. But it's also innovative companies who are seeking the label, such as a space firm making robotic arms or a business producing robots that clean solar panels. These have found a market in the Middle East where there is plenty of sun but also a lot of dust and sand that reduces productivity.

“Made in Luxembourg, for me, is rich and diverse,” said Hartmann, who also helps companies at the Chamber of Skilled Trades and Crafts with internationalisation. “The feedback from businesses is a sense of exclusivity abroad,” she said of the label. Part of that comes from the logo, the two women agreed. With a crown at its centre, the label suggests a certain sense of nobility, especially in countries where royal families still carry clout.

#### Sense of sustainability

The label works with Luxembourg's nation branding project, but the stamp isn't only interesting for foreign markets. More and more companies in the food industry are requesting the label, Stein said, and there is also an emerging local ecosystem of brands working together, of businesses in Luxembourg finding local suppliers and partners through the Made in Luxembourg platform.

“What we are noticing is that companies are really trying to produce more sustainably,” said Stein, also amid a growing awareness among customers. “We are always reviewing the criteria,” said Hartmann. “Something like sustainability could absolutely fall under the soft criteria.”

During the pandemic year, the number of requests from companies to receive the label increased. It is awarded for a period of five years at the end of which a thorough review whether the business meets current criteria takes place. For example, the chambers in 2019 decided to no longer award the label to real estate agencies. Any agency that received the label before 2019 will lose it over the coming years.

The label is a boost for small businesses that don't always have the resources for marketing campaigns or the tools to tell their stories. In the trades and crafts sector there are 1.4 foreign competitors for every local business, Hartmann said. A Made in Luxembourg label can make a difference. “It's proximity, it's reliability, it's trust. It's something familiar,” Hartmann said.



## Le Quotidien

Date: 29-11-2021

Page: 2-3

Periodicity: Daily

Journalist: David Marques

Circulation: 8214

Audience: 25750

Size: 2 058 cm<sup>2</sup>

# «Je suis favorable à un travail plus étroit avec les promoteurs privés»

Semiray Ahmedova, la présidente de la commission du Logement, estime qu'il faut miser sur le savoir-faire du secteur privé pour accélérer à prix abordable. «Ceux qui peuvent construire doivent le faire», souligne la jeune députée de déi gréng.

Entretien avec notre journaliste David Marques

**E**lle parle ouvertement de «crise du logement». Semiray Ahmedova, qui siège depuis deux ans à peine à la Chambre des députés, livre son analyse d'un marché et d'un secteur qu'elle connaissait déjà comme architecte et urbaniste. «On ne peut pas nier que le logement a très longtemps été considéré comme un dossier mineur à la Chambre», constate la présidente de la commission du Logement, qui se dit décidée à maintenir la «dynamique» qui serait aujourd'hui de mise.

**Vous siégez depuis un peu plus de deux ans à la Chambre, où vous êtes arrivée sans expérience politique. Peut-on affirmer aujourd'hui que vous avez réussi à trouver vos marques?**

Semiray Ahmedova : Je me suis familiarisée avec les rouages de la Chambre, même si cela a pris du temps. Cela a été compliqué de se retrouver du jour au lendemain dans un environnement que l'on ne connaît pas du tout. La pandémie n'a pas rendu les choses simples. Je venais à peine d'arriver lorsque le coronavirus a frappé le pays. Tout s'est encore accéléré. Le nombre de réunions a augmenté de 60 %. On s'est retrouvé dans une situation de crise. Une crise qui n'est toujours pas derrière nous.

**Avec le logement, le Luxembourg reste confronté à une autre crise majeure. Quel a été**

**l'impact de la pandémie sur les débats et les travaux dans cet épineux dossier?**

En pleine pandémie, nous avons adopté des textes de loi visant à offrir plus de sécurité aux locataires. Le gel des loyers et l'interdiction des déguerpissements font partie des mesures prises. En parallèle, les travaux sur la crise du logement proprement dite se sont poursuivis. Nous nous attaquons à l'ensemble des lois ayant trait au logement afin de trouver une réponse à la pénurie existante.

**Au vu du contexte de crise, hériter de la commission du Logement n'a certainement pas été évident. Avez-vous délibérément choisi ce ressort?**

Oui et non. Le poste s'est libéré à la suite du départ d'Henri Kox pour le gouvernement. Mais, en fin de compte, je suis très contente de pouvoir présider cette commission. Je travaille sur une thématique qui correspond à ma formation et à mes 12 années d'expérience professionnelle acquise dans l'architecture, où j'ai travaillé avec des promoteurs, dans l'aménagement du territoire, dans le conseil énergétique ou encore dans l'urbanisme.

**Est-ce que vous pouvez déjà comparer le rayon d'action que l'on a en tant que députée à celui d'une spécialiste du logement dans le privé? Quel poste génère plus de satisfactions ou de frustrations?**

J'ai travaillé dans les secteurs aussi bien privé que public. Aujourd'hui,

je me retrouve de l'autre côté de la barrière. Je sais très bien où ça coince. Et même si mon pouvoir politique est limité, il existe du potentiel d'amélioration.

**Et ça coince où?**

Les procédures pour établir les plans d'aménagement généraux (PAG) et les plans d'aménagement particuliers (PAP) restent trop lourdes. On ne cesse de parler de simplification administrative, or il existe des PAP qui se retrouvent depuis 10 ou 15 ans au point mort, et ce, en plein milieu d'une crise du logement. Il faut vraiment relancer cette simplification des procédures. Néanmoins, ces formalités ont leur raison d'être, par exemple pour protéger les habitations contre les inondations. Cela ne doit pas empêcher de raccourcir certaines démarches. Car ce ne sont pas uniquement les administrations qui bloquent, mais aussi les citoyens. Il faut pouvoir trouver une solution après avoir obtenu une réponse plausible d'un ministre ou d'une commune, sans multiplier les recours.

**On reproche toutefois souvent à la ministre de l'Environnement de freiner le ministre du Logement, tous deux issus des rangs de votre parti déi gréng. Ce bras de fer est-il réel?**

Je maintiens que certaines procédures environnementales sont une nécessité. Nous sommes confrontés à la fois à une crise du logement et une crise du climat. La ministre Dieschbourg a donc un rôle important à jouer. Mais même si cela



peut paraître naïf, il faudrait peut-être revoir la composition des ministères après les législatives de 2023. Pourquoi ne pourrait-on pas fusionner Logement, Aménagement du territoire et Environnement, auxquels pourrait encore venir s'ajouter l'Intérieur? Il s'agit des ressorts qui doivent tirer sur la même corde pour faire avancer la création de logements.

**Lors d'une récente table ronde, le laboratoire d'idées Idea a clamé que la politique du logement menée par le Luxembourg était un succès. Pouvez-vous partager cet avis?**

J'ai participé à cette table ronde et je dois dire que cela était surtout de la provocation. Mais cela a bien fonctionné. On ne peut cependant pas nier que le logement a très longtemps été considéré comme un dossier mineur à la Chambre. Des collègues plus chevronnés me le confirment. Le gouvernement en place a enfin reconnu le problème comme étant prioritaire. La cadence des réunions de la commission du Logement a clairement augmenté. On se retrouve dans une réelle dynamique.

**Idea a notamment fondé son constat sur le fait que quelque 70 % des résidents sont propriétaires de leur logement. La crise du logement ne concerne-t-elle donc que les 30 % restants?**

Il ne faut pas oublier qu'un propriétaire acquiert souvent deux, trois ou quatre biens immobiliers. Une politique doit être faite dans l'intérêt de tous. Il ne faut donc pas exclure ceux qui se portent bien, mais bien développer une pensée prioritaire pour les gens qui se trouvent

en grande difficulté. Et puis, il faut rappeler que pendant de longues années, il était possible d'acquérir un logement social et de le revendre plus tard avec une énorme plus-value sur le marché privé. D'où notre nouvelle approche de miser de manière renforcée

## Pourquoi ne pas fusionner Logement, Aménagement du territoire et Intérieur?

sur du logement abordable qui doit rester entre les mains de l'État ou des communes.

**On reproche souvent au gouvernement en place de ne pas pouvoir définir ce qu'est un logement social ou abordable. Avez-vous une définition à nous donner?**

Une réforme de la loi de 1979 portant sur l'aide à la pierre et l'aide individuelle est sur le point d'être finalisée. Ce texte va définir ce qu'est un logement abordable. Le loyer ne sera plus fixé de manière forfaitaire. Des seuils seront définis

en fonction du revenu et de la situation familiale des personnes qui sont à la recherche d'un logement. Le loyer sera compris dans une fourchette comprise entre 10 et 30 % du revenu mensuel.

**Les propriétaires à la tête d'un parc immobilier de taille ne sont pas exempts de**

**tout reproche en ce qui concerne la flambée des prix du logement. Est-ce que la taxe à venir sur la spéculation pourra vraiment la vaper?**

Le Premier ministre a été très clair dans

sa déclaration sur l'état de la Nation. Nous saluons bien entendu cette mesure. La taxe devra cependant être introduite de manière intelligente. Elle ne doit pas pénaliser les propriétaires qui gardent un terrain pour leurs enfants. Pour les autres, il faut, selon moi, miser sur des incitatifs afin de motiver les propriétaires à viabiliser leurs terrains. On ne parle pas forcément de vente, mais d'une mise à disposition du terrain. L'emphytéose est une option, mais elle doit porter sur un minimum de 49 ans. C'est beaucoup trop long. Mieux vaut signer une convention avec un promoteur ou un autre acteur public pour réaliser un projet de gestion locative sociale. Au bout d'un délai fixé d'un commun accord, le



propriétaire aura la garantie que son terrain lui sera rendu en l'état. Je crois beaucoup au potentiel de cette solution.

**Les magnats de l'immobilier réfutent tout reproche de spéculation. Cherchent-ils le contact avec la présidente de la commission du Logement?**

Non, je n'ai pas encore eu l'occasion de rencontrer les plus grands promoteurs du pays. J'ai pu lire au travers de la presse leurs réflexions et je pense qu'il serait intéressant de se mettre prochainement autour d'une table afin d'échanger nos points de vue.

**Le privé exige aussi d'être plus étroitement impliqué dans la réalisation de logements abordables. Le blocage existant à ce niveau peut-il être levé?**

Lors de récents échanges, la Chambre des métiers a souligné le besoin d'impliquer les promoteurs privés pour anéantir la crise du logement. Je partage ce point de vue et suis favorable à un travail plus étroit avec le secteur privé. Les promoteurs disposent du savoir-faire et des moyens pour réaliser un projet immobilier de A à Z.

**Ne s'agit-il pas d'un désaveu pour les promoteurs publics?**

Il faut redoubler d'efforts pour trouver une réponse à la pénurie de logements abordables. Ceux qui peuvent construire doivent le faire. Personne ne doit être exclu.

**Le ministre du Logement partage-t-il votre plaidoyer en faveur des promoteurs privés?**

Oui, le Pacte logement 2.0 appelle les communes à construire davantage de logements. Le ministre Kox a déjà dit que ces projets peuvent être réalisés avec le concours de promoteurs privés dans le cadre de ce nouveau pacte. Le plus important est que l'on construise des logements abordables. On se voit néanmoins aussi confronté à une pénurie de main-d'œuvre, un autre problème qui doit aussi être résolu au plus vite.

**Une certaine réticence des communes a cependant pu être décelée au moment du lancement du Pacte logement 2.0, adopté en juillet dernier. Comment a évolué la situation?**

Personnellement, je n'ai jamais ressenti de réticences. Aujourd'hui, 80 des 102 communes du pays ont déjà signé le nouveau Pacte logement. Grâce à mon expérience professionnelle, je sais que ce n'est pas la mau-

vaise volonté qui empêche les communes de construire davantage de logements. Il s'agit d'une question de ressources humaines. Ce soutien leur est désormais offert dans le cadre du Pacte logement 2.0.

**Vous vous êtes déjà exprimée sur le besoin de miser sur de nouvelles formes d'habitation. Le Luxembourgeois est-il vraiment prêt à abandonner l'idéal d'une maison individuelle avec un grand jardin?**

Chacun doit pouvoir vivre comme il le souhaite. Il est toutefois indéniable que la jeune génération ne partage plus forcément cet idéal. Au fil des années, le vivre-ensemble, aussi entre générations, s'est perdu. Une nouvelle forme d'habitation peut être le partage d'un terrain où plusieurs familles ou amis peuvent construire un logement tout en créant des espaces de partage commun. L'habitat intergénérationnel est aussi à soutenir. S'y ajoute l'habitat évolutif. Selon les besoins d'un ménage, la surface habitable peut être agrandie ou diminuée. Ce genre de projets est déjà réalisé en Espagne.

**Et qu'en est-il d'une construction en hauteur?**

Une densité accrue doit d'office être reliée à davantage de qualité de vie et des quartiers plus verts et plus animés. Il ne faut pas s'imaginer que construire en hauteur équivaut à recréer des quartiers du type HLM. Il existe aussi un enjeu écologique. En exploitant de manière plus compacte votre terrain, il y aura à la clé aussi moins d'imperméabilisation des sols.



Semiray Ahmedova plaide pour une taxe sur la spéculation «intelligente» : «Il faut miser sur des incitatifs afin de motiver les propriétaires à viabiliser leurs terrains. On ne parle pas forcément de vente, mais d'une mise à disposition du terrain.»



# Repères

**État civil.** Semiray Ahmedova est née le 21 avril 1981 à Sofia (Bulgarie). À l'âge de 9 ans, elle émigre avec ses parents au Canada. La famille finit par prendre ses quartiers au Luxembourg. Semiray Ahmedova (40 ans) est mariée.

**Études.** Après être passée par l'école primaire de Dudelange et le lycée Nic-Biever, Semiray Ahmedova entame des études supérieures à l'université libre de Bruxelles. Elle décroche un master en architecture en 2006 et un master en urbanisme et aménagement du territoire en 2007.

**Privé.** En 2007, elle commence sa carrière professionnelle auprès d'un cabinet d'architectes avant de devenir en 2011 conseillère en énergies renouvelables et construction durable chez My Energy.

**Public.** En janvier 2016, l'architecte et urbaniste de formation intègre le ministère du Développement durable et des Infrastructures, devenu fin 2018 le ministère de l'Énergie et de l'Aménagement du territoire.

**Politique.** Le 8 octobre 2019, Semiray Ahmedova prend le relais de Roberto Traversini à la Chambre des députés. Elle s'était présentée à la fois aux communales de 2017 et aux législatives de 2018. Depuis février 2021, elle siège aussi au conseil communal de Dudelange.





Photos: Fabrizio Pizzolante

«Il existe des projets de construction qui se retrouvent depuis 10 ou 15 ans au point mort, et ce, en plein milieu d'une crise du logement», déplore Semiray Ahmedova.

**www.infogreen.lu**Date: **26-11-2021**Periodicity: **Continuous**

Journalist: -

Circulation: **0**Audience: **1000**<https://www.infogreen.lu/club-innovation-business-model-innovation-pour-pme.html>

## Club Innovation - Business Model Innovation pour PME

**CLUB  
INNOVATION**

 enterprise  
europe  
network

 **LUXINNOVATION**  
#MakingInnovationHappen

 **CHAMBRE  
DES METIERS**  
Luxembourg

**Dans un environnement toujours plus concurrentiel, innover constitue plus que jamais un avantage compétitif, en particulier pour les PME. Dans de nombreux cas, l'innovation n'est associée qu'à des produits nouveaux ou à des mises à jour techniques... Pourtant, les innovations du modèle d'affaires permettent de générer des performances supérieures.**

Un modèle d'affaires est une description globale de la façon dont une entreprise crée de la valeur pour elle-même, ses clients, et génère des profits. L'innovation du modèle d'affaires consiste à le transformer ou à en créer un nouveau modèle qui satisfait mieux les besoins du client.

Un exemple d'innovation de modèle d'affaires est celui de la société Hilti : fabricante de machines de perçage pour le secteur de la construction, la société s'est penchée sur les impératifs de ses clients. Ceux-ci ont besoin d'un matériel fiable qui fonctionne à tout moment. C'est pourquoi Hilti a fait évoluer son modèle d'affaires, en remplaçant tout simplement la vente de machines coûteuses pour le client, par une faible mensualité incluant l'utilisation des machines et leur maintenance.

L'innovation du modèle d'affaires est l'un des moyens les plus efficaces pour une entreprise pour se démarquer de la concurrence et assurer sa pérennité, surtout en période d'instabilité économique.

Dans ce Club Innovation, qui se tiendra le 13 décembre à 16h00 à la Chambre des Métiers, vous comprendrez



comment mettre en pratique l'innovation du modèle d'affaires dans votre société à l'aide d'un outil simple et ludique et au travers d'exemples captivants.

Attention :

Cette édition du Club Innovation se tiendra en français, une traduction vers d'autres langues n'est pas prévue.

Ceci est un événement sous le régime du Covidcheck. Un certificat doit être présenté à l'entrée.

Les places sont limitées à 20 personnes.



[www.lessentiel.lu/fr](http://www.lessentiel.lu/fr)

Date: 26-11-2021

Periodicity: Continuous

Journalist: -

Circulation: 0

Audience: 75000

<http://www.lessentiel.lu/fr/economie/dossier/ecolux/news/story/voila-30-ans-qu-il-forme-des-peintres-decorateurs-20500997>

## Voilà 40 ans qu'il forme des peintres-décorateurs



Jusqu'à aujourd'hui, le maître peintre-décorateur a formé 35 jeunes apprentis qui ont tous obtenu leur diplôme et intégré l'entreprise à un moment donné. (photo: L'essentiel/Vincent Lescaut)

**LUXEMBOURG - Depuis la création de sa société en 1980, Lucien Schweitzer, maître peintre-décorateur, a formé 35 apprentis. Rencontre.**

«Si en tant que maître peintre-décorateur, on n'apprend pas aux jeunes le métier, qui va le faire?», lance d'emblée Lucien Schweitzer. Quand il a créé son entreprise en 1980, prendre un apprenti était une façon pour lui d'avoir son premier ouvrier. «Il est resté avec moi plus de 30 ans», ajoute le chef d'entreprise de 73 ans.

Jusqu'à aujourd'hui, le maître peintre-décorateur a formé 35 jeunes apprentis qui ont tous obtenu leur diplôme et intégré l'entreprise à un moment donné, «même si tous ne sont pas restés. Certains ont passé le brevet de maîtrise, ont poursuivi leur carrière à la commune», confie-t-il.

«Les jeunes doivent avoir le courage de faire le métier qu'ils aiment»

Avec le temps, les employés qui étaient eux-mêmes apprentis forment des jeunes. Ces derniers «doivent bien choisir et avoir le courage de faire le métier qu'ils aiment. De belles carrières s'ouvriront à eux», estime Lucien Schweitzer.



C'est pour cet engagement en faveur de l'apprentissage que sa société Lucien Schweitzer EST. 1980 a été désignée jeudi soir meilleure entreprise formatrice 2021 par la Chambre des métiers. Le prix Rotary du meilleur apprenti 2021 a été décerné à Christopher Reinert pour ses résultats exceptionnels obtenus dans le cadre de son diplôme d'aptitude professionnelle (DAP) électricien.

(Marion Mellinger/L'essentiel)

**L'Essentiel**

Date: 26-11-2021

Page: 8

Periodicity: Daily

Journalist: Marion Mellinger

Circulation: 101235

Audience: 285300

Size: 216 cm<sup>2</sup>

# Lucien Schweitzer, investi dans l'apprentissage depuis 40 ans

**LUXEMBOURG** Depuis la création de sa société en 1980, Lucien Schweitzer, peintre-décorateur, a formé 35 apprentis.

«Si en tant que maître peintre-décorateur, on n'apprend pas aux jeunes le métier, qui va le faire?», lance d'emblée Lucien Schweitzer. Quand il a créé son entreprise en 1980, prendre un apprenti était une façon pour lui d'avoir son premier ouvrier. «Il est resté avec moi plus de 40 ans», ajoute le chef d'entreprise de 73 ans.

Jusqu'à aujourd'hui, le maître peintre-décorateur a formé 35 jeunes apprentis qui ont tous obtenu leur diplôme et intégré l'entreprise à un moment donné, «même si tous ne sont pas restés. Certains ont passé le brevet de maîtrise, ont pour-



Pratiquement chaque année, Lucien Schweitzer accueille un nouvel apprenti. -PHOTO: VINCENT LESCAUT

suivi leur carrière à la commune», confie-t-il.

Avec le temps, les employés qui étaient eux-mêmes apprentis forment des jeunes. Ces derniers «doivent bien choisir et avoir le courage de faire le métier qu'ils aiment. De belles

carrières s'ouvriront à eux», estime Lucien Schweitzer.

C'est pour cet engagement en faveur de l'apprentissage que sa société Lucien Schweitzer EST. 1980 a été désignée jeudi soir meilleure entreprise formatrice 2021 par la Chambre

des métiers. Le prix Rotary du meilleur apprenti 2021 a été décerné à Christopher Reinert pour ses résultats exceptionnels obtenus dans le cadre de son diplôme d'aptitude professionnelle (DAP) électricien.

MARION MELLINGER



**www.infogreen.lu**Date: **26-11-2021**Periodicity: **Continuous**

Journalist: -

Circulation: **0**Audience: **1000**<https://www.infogreen.lu/extension-de-la-chambre-des-metiers-mission-accomplie.html>

## Extension de la Chambre des Métiers, mission accomplie!



**La Chambre des Métiers vient d'achever les travaux de rénovation et d'agrandissement de son bâtiment. Ils portent sur une surface de plus de 1 200 m<sup>2</sup> : 600 m<sup>2</sup> pour la partie rénovée et 600 m<sup>2</sup> pour l'extension. L'objectif de cette réalisation est de pouvoir accueillir de nouveaux partenaires, mais aussi de mettre en valeur le savoir-faire artisanal luxembourgeois.**

### Coup de frais

Construit au début des années 90 sur le plateau de Kirchberg, le bâtiment de la Chambre des Métiers est déjà en service depuis une bonne trentaine d'années.

« Nous avons un grand bâtiment qui regroupe des bureaux, mais aussi des espaces pour les réunions et les conférences. Nous avons entrepris de rénover un plateau existant de 600 m<sup>2</sup> pour le mettre aux standards actuels et nous allons poursuivre sur cette voie pour d'autres parties de l'immeuble dont, pour certaines, la rénovation a déjà été partiellement réalisée, notamment en ce qui concerne les équipements techniques suite à la phase COVID. C'est un processus qui ne fait que démarrer », explique le Directeur général, Tom Wirion.

### Plus d'espace

Les travaux d'extension du bâtiment concernaient eux aussi une surface d'un peu plus de 600 m<sup>2</sup> (ce qui est



d'ailleurs le maximum autorisé dans ce quartier). La raison de cet agrandissement ? « Nous avons toujours hébergé au sein de la Chambre des Métiers, qui est avant tout la maison de l'artisanat, les bureaux de certains de nos partenaires. C'est le cas, par exemple, du CRTI-B ou de la Fédération des Artisans.

Nous serions ravis de pouvoir en accueillir de nouveaux. Nous venons d'ailleurs de conclure un accord avec un groupement d'intérêt économique actif dans la transition énergétique qui va nous rejoindre en décembre prochain. La transition énergétique est un sujet phare pour la société et pour tous les secteurs économiques, ce qui cadre bien avec nos activités et avec les besoins du secteur de l'artisanat », indique-t-il.

Une vitrine pour l'artisanat luxembourgeois

Le but de cette extension n'était pas seulement de gagner de l'espace supplémentaire, mais aussi de « montrer, à travers une structure légère, innovante, en bois, qui se détache du bâtiment que nous connaissons en vitrage et marbre gris et qui intègre des installations techniques de pointe pour le chauffage et le refroidissement, que la Chambre des Métiers, à l'instar du secteur qu'elle représente, évolue et est moderne ».

Le cabinet d'architecture M3 architectes qui a dessiné l'extension est aussi celui qui avait conçu le bâtiment à la fin des années 80 ; c'était alors un de ses 1ers grands projets. « Nous avons pensé que le père du bâtiment était sans doute le meilleur pour le faire évoluer en utilisant des matériaux différents tout en restant dans une certaine ligne », indique Tom Wirion.

Ce sont les bureaux d'études Goblet Lavandier & Associés et Schroeder & Associés qui étaient en charge de l'ingénierie.

Pour la mise en œuvre, la Chambre des Métiers a travaillé avec 14 entreprises artisanales établies au Luxembourg, issues de différents corps de métier.

« Je tiens à relever que le chantier a été mené de main de maître aussi bien par les architectes et ingénieurs chargés de la conception que par les artisans chargés de la réalisation, malgré des circonstances peu évidentes et des protocoles sanitaires à respecter, de sorte que nous avons pu respecter notre timeline et ce, grâce à la qualité des différents intervenants à l'œuvre. J'ajouterais que la crise sanitaire a changé la donne en cours de partie et que les besoins ne sont aujourd'hui plus tout à fait les mêmes qu'avant. Les plateaux ont été conçus avant le COVID, dans une logique paysage. Certains aménagements ont été nécessaires pour trouver un compromis entre open spaces et espaces cloisonnés. S'adapter à cet imprévu a demandé de la réactivité et de la créativité de la part des acteurs impliqués. Cela nous a également fait plaisir de voir que les corps de métier étaient fiers de travailler pour la Chambre des Métiers », souligne le Directeur général qui insiste également sur l'excellente collaboration avec le Fonds Kirchberg dont le rôle était de veiller à ce que la surélévation s'harmonise aussi bien avec le bâtiment existant qu'avec le quartier environnant.

Mélanie Trélat



Article tiré du NEOMAG#41

Plus d'informations : <http://neobuild.lu/ressources/neomag>

© NEOMAG - Toute reproduction interdite sans autorisation préalable de l'éditeur



**Le Quotidien**

Date: 25-11-2021

Page: 7

Periodicity: Daily

Journalist: Tatiana Salvan

Circulation: 8214

Audience: 25750

Size: 986 cm<sup>2</sup>

# La pomme de terre à tout bout de champ

**TROISVIERGES** Il est LE fournisseur national de pommes de terre de La Provençale.

Il est aussi au Luxembourg le premier producteur de ces tubercules : portrait de Marc Nicolay.

*De notre journaliste  
Tatiana Salvan*

**D**ans les champs couverts de brume du côté de Troisvierges, au nord du pays, les arracheuses de pommes de terre font des va-et-vient incessants. Nous sommes sur l'une des terres du plus grand producteur de pommes de terre du pays, Marc Nicolay, et il ne lui reste que quelques jours pour ramasser les derniers tubercules.

À bord de son tracteur ultramoderne équipé d'un ordinateur et de caméras, le cultivateur veille au grain. Il doit avoir les yeux partout : devant lui pour conduire l'engin, derrière pour s'assurer que l'arracheuse s'engouffre bien dans les sillons et sur l'écran de contrôle pour vérifier que les bénévoles parviennent à trier les tubercules au rythme de la machine qui les déroule sur un tapis avant que les pommes de terre n'atterrissent dans la benne prévue à cet effet.

Car Marc Nicolay tient à conserver une aide humaine pour récolter ses pommes de terre. Ils sont une douzaine à lui donner un coup de main, des retraités pour la plupart, qui apprécient de se sentir utiles et qui savourent l'ambiance, surtout au temps du repas de midi, en toute convivialité, dans la petite cabane qui jouxte le champ de Marc Nicolay.

«À l'étranger, il existe des automatisées et il n'y a plus personne sur la machine, excepté le conducteur. Je ne veux pas de cela : pour faire de la qualité et approvisionner le marché du frais, il faut de la main-d'œuvre. Parce que dans un sachet au supermarché, sur 15 pommes de terre, il peut y en avoir quatre qui sont tachées ou abîmées. Le consommateur est exigeant, à un moment donné, il n'achète plus si ça ne lui convient pas. Il faut que le produit soit bon sur le plan gustatif, mais son aspect extérieur compte aussi.»

L'année a été bonne, même si

la récolte est un peu tardive, du fait de la pluie persistante cet été et du manque de soleil. Mais les pommes de terre, ici des Regina, ne contiennent pas trop d'eau et devraient donc bien se conserver. «L'an passé, les récoltes étaient médiocres, car il a fait trop sec. Cette année, vu qu'on a eu assez de pluie, les rendements sont supérieurs à la moyenne : 20 % de plus environ», se réjouit le cultivateur. Il faut dire qu'en plus, à cet endroit, la terre est idéale pour

planter des pommes de terre : c'est du schiste, une pierre qui absorbe énormément d'eau. «La terre est comme du gros sable : elle est humide, mais ne colle pas.»

## Un partenariat avec La Provençale

Cela fait vingt ans que Marc Nicolay s'occupe de pommes de terre et le moins qu'on puisse dire, c'est qu'il en connaît un rayon. Bien que



fil d'agriculteurs, il n'était pas nécessairement voué à s'engager dans la pomme de terre. «À Fingig, nous avons une ferme classique luxembourgeoise, mixte, avec un cheptel de vaches laitières et de vaches allaitantes, des charolaises, pour faire de la viande. Mais quand on est jeune, on a envie de faire plus!»

La famille a toujours cultivé un ou deux ares de pommes de terre pour ses propres besoins et ceux de ses proches. Mais en 1998, les Nicolay se sont retrouvés avec un excédent de 200 kg. «J'ai proposé à quelques voisins d'en acheter, qui m'ont ensuite demandé d'en cultiver pour eux l'année suivante. C'est comme ça que l'idée est née!», se remémore Marc Nicolay.

Le bouche-à-oreille fait son effet et le colportage prend de l'ampleur. Aujourd'hui, pas moins de 25 hectares sont entièrement dédiés à cette clientèle privée. Il est loin le temps où il triait et mettait en sac, aidé de sa sœur, les quelques dizaines de kilos de pommes de terre en trop. «On distribue désormais 20 000 flyers dans les boîtes aux lettres au début de la saison!»

Surtout, entre-temps, La Provençale a eu vent de ce producteur toujours prêt à relever des défis. Marc Nicolay croise l'un des trois actionnaires de La Provençale, Georges Eischen, dans une foire en 2011. Le contact est bon, aussi le cultivateur accepte-t-il un partenariat avec le grossiste.

Il investit rapidement dans une station de lavage de pommes de terre pour pouvoir proposer plus de volume. «Comme je n'avais à ce moment que les 15 hectares de pommes de terre destinés à mon marché local, je ne lavais pas les pommes de terre, je les brossais seulement à la main avant de les mettre dans des sacs. Mais la majeure partie des pommes de terre que vend La Provençale sont déjà lavées. Je n'avais donc pas le choix : je devais investir si je

voulais étendre le marché. D'un point de vue agronomique, c'est un non-sens. La terre protège la pomme de terre. Mais le client est roi! Et si le client veut une pomme de terre propre et que je ne m'organise pas pour la lui offrir, il va ailleurs!»

Dès lors, les volumes décollent. Et les idées fleurissent les unes après les autres pour proposer davantage de «Made in Luxembourg». La frite surgelée d'abord, que Marc Nicolay envisage un temps de fabriquer lui-même. Une étape vite abandonnée face aux coûts induits pour le si petit marché qu'est le Luxembourg. C'est donc un fabricant belge qui assure la transformation de ses pommes de terre.

Lëtz frites est née! «La première année, nous avons produit une seule gamme : la frite de 10 mm. Au bout de 12 mois, elle avait une certaine renommée. On a alors ajouté un deuxième produit dès 2016 : la frite de 7 mm, l'allumette. La 10 mm est toujours la référence qui marche le mieux au Luxembourg, mais la 7 mm prend de plus en plus de volume : ce sont les générations qui connaissent la frite McDo!»

Suivront tour à tour : des wedges, de la purée surgelée, des pommes de terre crues déjà épluchées pour les collectivités et les restaurants, des frites fraîches crues, de la purée fraîche, sans oublier les Lëtz chips, au goût unique.

### Culture «raisonnée»

Tout ce qu'il touche se transforme donc en or? «On ne réinvente pas la roue, commente modestement Marc Nicolay. On vend des produits équivalents, mais qui sont faits à base de pommes de terre luxembourgeoises. C'est un gain pour moi et un gain supplémentaire pour La Provençale, qui peut ainsi se démarquer de la concurrence française, belge ou néerlandaise,

présente sur le marché, mais qui ne propose pas de produits luxembourgeois.»

Aujourd'hui, Marc Nicolay, âgé de 45 ans, cultive 23 variétés différentes de pommes de terre. Il extrait environ 6 000 tonnes de pommes de terre par an, dont quelque 4 000 tonnes pour La Provençale. Les deux ares sont devenus 150 hectares, dont 100 pour la seule Provençale.

Il assure ne pas faire de culture intensive. «Je fais de la culture raisonnée. Le conflit entre la production bio et celle non bio est pervers. Beaucoup de consommateurs pensent que l'agriculteur bio ne traite pas, ce qui est faux. Je fais confiance aux scientifiques et aux produits modernes. J'utilise le minimum. Je ne veux pas polluer la nature, c'est mon capital.»

Qu'envisage-t-il pour la suite? Pour sûr, pas la vodka, distillée à base de pommes de terre! Il a «déjà essayé de produire de la goutte il y a quelques années, et ce n'était vraiment pas bon!». L'agriculteur confie par contre avoir commencé à cultiver des plants, qu'il vend au Grand-Duché ou à l'étranger (y compris aux Émirats!), et s'apprête à se lancer dans la culture de la betterave sucrière.

«Ma mère, qui n'adore que les vaches laitières, ne comprend pas d'où me vient ma passion pour les pommes de terre. Moi non plus d'ailleurs! Mais c'est ça qui me plaît. Chacun doit trouver son chemin. Faire un métier qu'on nous a imposé, ça rend malade. J'ai aussi du stress, mais il est positif. Pendant la période d'arrachage, je ne dors que quatre à cinq heures par nuit, mais le matin, je sais pourquoi je me lève. Je vois le résultat, je gagne ma vie avec ça et je rencontre régulièrement des gens qui me disent : on a acheté tes frites, ça nous plaît. Ces mots positifs me poussent.»





**www.tageblatt.lu**

Date: 24-11-2021

Periodicity: Continuous

Journalist: -

Circulation: 0

Audience: 2300

<https://www.tageblatt.lu/sponsored-content/europe-works/>

## Sponsored Content / Europe works



**Que fait l'Union européenne pour les citoyens ? De quelle manière les entreprises peuvent-elles obtenir du soutien par l'UE ? Quel est le rôle des différents Fonds européens ? « Europe works » est une série de vidéos qui montre des exemples concrets du fonctionnement de l'Europe, comment elle travaille et agit pour vous dans différents domaines. Rendez-vous sur [luxembourg.representation.ec.europa.eu](http://luxembourg.representation.ec.europa.eu) pour apprendre plus sur la campagne.**

### Culture

Creative Europe est le programme-cadre de la Commission européenne pour soutenir la culture en Europe. Les principaux objectifs du programme sont la préservation, le développement et la promotion de la diversité culturelle et linguistique et du patrimoine culturel de l'Europe ainsi que la promotion du potentiel économique du secteur culturel et créatif, notamment dans le domaine audiovisuel.

Le Creative Europe Desk au Luxembourg informe le secteur culturel des différentes possibilités du programme et se tient à la disposition des personnes pour les informer et les conseiller. Grâce aux sous-programmes Creative Europe Media et Creative Europe Culture, le festival Sonic Visions à Esch-Belval, l'UGDA et des coproductions cinématographiques luxembourgeoises telles que 'Funan' ou 'The Breadwinner' ont par exemples pu être soutenus.



## Solidarité

S'inscrivant dans le cadre de l'objectif « coopération territoriale européenne » cofinancé par le Fonds européen de développement régional (FEDER), le programme de coopération interrégionale INTERREG EUROPE couvre tous les États membres de l'Union européenne ainsi que la Norvège et la Suisse. Le programme est centré sur quatre priorités :

la recherche, le développement technologique et l'innovation;

la compétitivité des PME;

une économie à faible intensité de carbone;

l'environnement et l'utilisation efficace des ressources.

Le programme INTERREG V A Grande Région soutient des projets de coopération transfrontalière entre acteurs locaux et régionaux issus des territoires qui composent la Grande Région.

Parmi les success stories des projets soutenus par Interreg Grande Région figurent un simulateur de conduite high-tech, mis à la disposition des pompiers du Luxembourg, d'Allemagne et de Belgique, des pistes cyclables sécurisées transfrontalières à Esch Belval ou encore la promotion du judo dans la Grande Région.



## Environnement

La perte de l'obscurité naturelle a un impact négatif sur la biodiversité et les écosystèmes. Avec le projet européen « Night Light », les autorités régionales des Pays-Bas, de Hongrie, d'Espagne, du Luxembourg, du Danemark, de Slovénie et d'Italie ont uni leurs forces pour améliorer leurs politiques régionales de prévention de la pollution lumineuse. Le Naturpark Our est également impliqué dans le projet !





## NextGenerationEU

Le plan de relance, NextGenerationEU est le plan d'investissement de l'UE et s'élève à plus de 800 milliards d'euros avec pour objectif d'atténuer l'impact socio-économique lié à la crise sanitaire. Bien plus qu'un « simple » plan de relance, il s'agit d'une occasion unique de sortir plus fort de la pandémie et de rendre l'Europe plus verte, plus saine et plus numérique.

61% des réformes et investissements prévus par le Plan de relance du Luxembourg concernent des objectifs climatiques. Le projet Neischmelz à Dudelange est également soutenu par NextGenerationEU à hauteur de 24 millions d'euros. Ce budget permettra de transformer une ancienne zone industrielle en un nouveau quartier résidentiel, où le chauffage et l'électricité proviennent exclusivement de sources d'énergie renouvelables.



## Économie

Le réseau Enterprise Europe Network est le plus grand réseau européen et aide les petites et moyennes entreprises (PME) à s'établir au niveau international. Créée grâce à un partenariat entre la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et Luxinnovation, l'équipe au Luxembourg offre des conseils personnalisés aux entreprises et les aide à établir des contacts internationaux.

La chocolaterie luxembourgeoise Genaveh a profité du soutien du réseaux EEN luxembourgeois et a pu ainsi se lancer sur le marché allemand.



## Education

L'Union européenne s'engage à créer davantage d'emplois de meilleure qualité et promeut l'inclusion sociale. Le Fonds social européen (FSE) joue un rôle important dans la création d'emplois équitables et soutient des projets très divers, s'adressant aux enseignants et aux étudiants pour améliorer leur formation, mais aussi aux jeunes ou



aux personnes d'un certain âge en recherche d'emploi.

Co-co world est une start-up qui a pu être créée grâce au soutien du Fonds Social Européen et du Ministère de l'Éducation, de l'Enfance et de la Jeunesse. Une interface e-learning permet ainsi aux jeunes de mieux se préparer à la vie professionnelle.



## Digitalisation

Grâce à leur puissance de calcul extrêmement élevée, les superordinateurs sont capables de résoudre des milliards de problèmes complexes en un temps record. Les supercalculateurs permettent ainsi de réaliser des innovations dans l'industrie automobile ou aérospatiale, de comprendre des troubles neurologiques ou de développer des traitements médicaux précis. Les superordinateurs jouent également un rôle important dans la lutte contre le changement climatique, en suivant avec précision les changements de température ou l'évolution des océans et de nos ressources en sols.

L'entreprise européenne pour le calcul à haute performance ( EuroHPC JU ) dont le siège est au Luxembourg, est une initiative conjointe entre l'UE, les pays européens et des partenaires privés pour développer un « écosystème de calcul intensif » en Europe. EuroHPC JU compte aujourd'hui huit supercalculateurs, dont Meluxina, basé au Luxembourg.





Bâtiment Konrad Adenauer L-2920 Luxembourg

Tél. : 4301 34925 – <https://ec.europa.eu/luxembourg>



**www.paperjam.lu**

Date: 24-11-2021

Periodicity: Continuous

Journalist: -

Circulation: 0

Audience: 2051

<https://paperjam.lu/article/quand-real-estate-rime-avec-hi>

## Quand Real Estate rime avec high-tech



Felix Hemmerling, CEO et Julien Casse, CTO de kodehyve Christophe Debailleul

### REAL ESTATE

**Parfois assez traditionalistes, les acteurs du marché immobilier luxembourgeois sont aujourd'hui nombreux à vouloir se digitaliser pour répondre aux exigences de leurs équipes et clients, d'autant plus depuis la crise sanitaire. Nous avons rencontré Felix Hemmerling et Julien Casse, respectivement CEO et CTO de kodehyve, pour évoquer ce sujet.**

**Écrit par Kodehyve**

**Publié à 07:00**

Peut-on faire le point sur l'état du marché immobilier luxembourgeois, post-covid-19 ?

Felix Hemmerling (Co-Founder & CEO) : En travaillant et échangeant avec des promoteurs et agents immobiliers depuis presque 2 ans, nous avons constaté que ces derniers sont de plus en plus motivés et ouverts à l'idée de revoir leurs ambitions digitales. Nous avons reçu de nombreuses demandes de leur part pour se digitaliser davantage. En l'espace de quelques mois, leur état d'esprit a complètement changé. La crise sanitaire est passée par la... Nous avons étudié l'expérience utilisateur dans l'immobilier depuis 2019 et nous constatons que c'est un secteur qui s'est appuyé sur des usages beaucoup trop rudimentaires (flux et signatures physiques, appels

telephoniques et e-mails, manque de transparence par rapport a l'avancement de projets de construction et plus encore), peu efficaces et souvent incomprehensibles. Ces dernieres problematiques concernent principalement les clients finaux qui sont aujourd'hui habitues aux experiences digitales puissantes et a l'acces instantane aux informations dans leur quotidien. D'une part, apres avoir passe une commande sur des sites tels que Amazon.com, nous sommes constamment informes de la progression de cet achat en direct.

D'autre part, apres avoir depense 6 ou 7 chiffres pour une propriete au Luxembourg, les acquereurs sont souvent tenus a l'ecart de l'avancement de la construction sans visiter le chantier. Cela n'est simplement pas logique et cette dynamique pousse les promoteurs et agences a repositionner leur ambition digitale. Par consequent, nous nous sommes inspires des parcours d'achat les plus avances et conviviaux en nous focalisant sur la mise a disposition des informations, flux et outils qui permettent aux promoteurs, agences et clients finaux de se concentrer sur l'essentiel de la transaction et de se liberer des contraintes techniques.

A quel point l'inflation definit-elle le marche ?

F. H. : Nous observons une hausse constante des prix a Luxembourg et dans d'autres metropoles comme Berlin et Munich. Cette dynamique est visible dans les villes offrant une certaine qualite de vie et une economie stable. La hausse des prix de l'immobilier au Luxembourg et a l'etranger est principalement provoquee par une enorme demande locale et internationale de biens immobiliers combinee avec un reel manque d'offre et de nouveaux projets de construction. Autrement dit, l'offre ne parvient pas a satisfaire la demande. En outre, l'augmentation du prix des materiaux et de la main-d'œuvre represente un facteur supplementaire qui a une incidence sur cette envolée de prix. Les professionnels veulent par ailleurs fournir aux clients et employes des outils de plus en plus performants favorisant la collaboration et la transparence entre les acteurs du secteur (architectes, bureaux d'etudes, sous-traitants, communes, banques, notaires, etc.) afin de reduire considerablement les erreurs humaines, la perte de productivite et de temps ainsi que les couts caches. De plus, les promoteurs immobiliers visent a se differencier de plus en plus de la concurrence a travers de nouveaux outils et experiences clients.

Pouvez-vous nous presenter kodehyve, son activite, ses clients ? F. H. : kodehyve est une societe luxembourgeoise creee au debut de 2020 et specialisee dans la transformation digitale du secteur immobilier avec un focus sur le developpement et la construction de nouveaux projets (VEFA). Nous travaillons principalement avec les promoteurs, mais aussi avec des agences et fonds immobiliers. Nous regroupons les differents acteurs du secteur, facilitons leur collaboration et offrons une experience utilisateur novatrice qui s'appuie sur l'expertise de notre equipe, notre solution cloud de collaboration dediee a l'immobilier et notre ecosysteme au Luxembourg et a l'international.

Quelles solutions specifiques developpez-vous ?

F. H. : Nous proposons des outils plus efficaces et user-friendly, qui suppriment les workflows inefficaces et modernisent l'experience utilisateur. Notre plateforme de collaboration B2B aide les promoteurs immobiliers, les agences et les fonds a planifier, gerer et analyser plus efficacement leurs projets de construction et de commercialisation. Grace a la selection minutieuse de puissants modules internes ainsi que d'API tierces, kodehyve permet specifiquement aux professionnels de l'immobilier de mieux travailler et d'offrir une experience utilisateur superieure dans les trois domaines suivants : la gestion de projet, la gestion de la relation client ainsi que la gestion de l'analyse financiere et des donnees. Outre une meilleure collaboration entre les parties prenantes et des gains de productivite considerables, kodehyve permet aux acteurs de l'immobilier d'atteindre leurs ambitions ESG en passant au 100 % digital et en reduisant ainsi leur empreinte carbone.

Julien Casse (CTO) : Nous ne nous contentons pas de regrouper sur une interface graphique ces fonctionnalites, mais nous les connectons de maniere intelligente. Ainsi, la gestion des factures, la planification du budget et la



visualisation des données et autres graphes sont réalisées de manière automatisée. Fournissant une plateforme cloud en marque blanche de haute qualité conviviale pour les clients, les fonctionnalités disponibles incluent la gestion des tâches et des délais, les flux d'échange d'informations et de documents, l'onboarding digital des clients, les signatures électroniques, les contrôles KYC et AML, la facturation, le chat en direct, la budgétisation, l'analyse financière et de données notamment.

Qu'est-ce qui distingue l'entreprise de ses concurrents ?

F. H. : Nous créons des technologies différentes de ce que nous voyons sur le marché et sommes capables de les implémenter rapidement. La solution cloud développée offre aux promoteurs de nombreuses possibilités en matière de collaboration. L'une de nos forces est l'aspect 'team-as-a-service' permettant à nos partenaires et clients d'évoluer avec nous et notre écosystème. De plus, nous sommes proches des générations Millennial et Z tous les jours. Combinant notre expertise FinTech / RegTech, le know-how de nos clients et partenaires, nos propres expériences dans l'immobilier ainsi que nos observations de l'évolution du comportement des investisseurs dans l'immobilier nous donnent un avantage compétitif majeur.

J. C. : Nos technologies font partie des plus récentes utilisées à l'international. Ceci couple à notre écosystème de promoteurs partageant leurs expériences nous permet de résoudre des problèmes liés aux processus et aux façons de travailler dans l'écosystème de manière inédite avant même que quelqu'un ne les détecte.

Vous affichez notamment une expertise FinTech / RegTech, peut-on revenir sur ce point ?

F. H. : Nous avons tous deux travaillé dans le monde FinTech / RegTech durant plusieurs années. Nous mettons cette expertise et des technologies comme l'onboarding digital de clients, la signature électronique ou encore les analyses de données au service du secteur immobilier. De plus, nous avons fait partie de la transformation digitale du secteur bancaire que de nombreux acteurs ont pris « à la légère » et nous sommes convaincus que les impacts seront similaires pour les acteurs de l'immobilier qui ne se digitalisent pas davantage.

Et demain ? Quels objectifs poursuit l'entreprise à moyen et long terme ?

F. H. : Notre objectif est d'aller plus loin que la simple digitalisation de ce secteur traditionnel. Nous travaillons sur notre positionnement de leader de la transformation digitale du secteur immobilier au Luxembourg et au-delà. Nous voulons rendre plus efficace, moderne et user-friendly tout l'écosystème de l'immobilier et par conséquent aider partiellement à résoudre les problèmes de logement. Les critères ESG sont importants, nous visons à ce que cet écosystème soit 100 % digital et 0 papier.

Dates-cles

MAI 2020 : Lancement officiel de la société ConTech / PropTech kodehyve.

MAI 2021 : Première levée de fonds de 1 Million €.

JUIN 2021 : kodehyve intègre le programme Fit4Start.

JUILLET 2021 : L'entreprise obtient le label Made in Luxembourg.

Intéressé par nos solutions ? Contactez-nous sur : [www.kodehyve.com](http://www.kodehyve.com)



DE MAGAZIN FÜR LÛTZEBURG  
**revue****Revue**Date: **24-11-2021**Page: **55-59**Periodicity: **Weekly**Journalist: **Jérôme Beck**Circulation: **17376**Audience: **55300**Size: **2 460 cm²**

# So schmeckt Luxemburg!

Pit und Veronica Wanderscheid bezeichnen sich als Pioniere. Seit zwei Jahren bieten sie in ihrem Feinkostladen nur hundertprozentig luxemburgische Produkte an. Ein Konzept, das weitaus mehr als nur eine erfolgreiche Nische ist, sondern eine Philosophie.

An der Eingangstür des traditionellen Lebensmittelgeschäfts der rue du Fossé hängt bereits ein festlicher Weihnachtskranz. Passiert man die Schwelle der Tür, erklingt aus dem Innern besinnliche Weihnachtsmusik die ins Ohr geht. Kitschige „Christmas Songs“ aus den fünfziger oder sechziger Jahren, die für festliche Stimmung sorgen. Der Weihnachtsbaum ist längst mit Lichtergirlande und bunten Kugeln geschmückt. Es liegen sogar Geschenke unter der grünen Tanne. An einer Wand hängt das Rezept der landesweit bekannten „Bouneschlupp“ und hinter der Theke fällt mir eine alte Lebensmittelwaage auf, die mich an

Zeiten aus der Kindheit erinnert, wo es noch üblich und vor allem möglich war, kleine Besorgungen im Tante-Emma-Laden zu erledigen. Es herrscht ein ganz besonderes Ambiente in dem Feinkostladen. Die kleinen Holzregale sind sorgfältig mit unzähligen Lebensmitteln aller Art gefüllt. Die Dekoration ist im Retro-Look, mit einer raffinierten Mischung aus Holz, Marmor, einer Botanik-Tapete und kleinen weißen rautenförmigen Fliesen am Boden, die an Großmutters Zeiten erinnern.

Es ist so überraschend gemütlich in dem kleinen Laden, doch ein paar Stufen tiefer befindet sich die Höhle von

Ali Baba, zumindest für alle die einem edlen Tropfen nicht widerstehen können. Ein kleiner Weinkeller aus Backsteinen mit unzähligen Flaschen Wein, Crémant, Gin und andere Spirituosen. Das Ganze ebenfalls in einer behaglichen Atmosphäre. Hier haben wir es uns gemütlich gemacht und uns reichlich Zeit für einen kleinen Plausch genommen. Denn Hotellachfrau Veronica und Chefkoch Pit, die Inhaber dieses ausgesprochen einladenden Feinkostgeschäfts, haben nicht nur eine erfolgreiche Nische für sich entdeckt. Es geht hier nicht an erster Stelle um finanzielle Aspekte, sondern um ganz persönliche Angelegenheiten und Wertschätzungen.





**„Ich kann  
Ihnen  
garantieren,  
dass alles  
in unserem  
Laden von  
uns gekostet  
wurde. Alles!“**

Veronica Wanderscheid

Und das vom ersten Tag an. „Es steckt eine eher emotionale Geschichte hinter diesem Projekt“, verrät Veronica Wanderscheid. „Wir hatten schon länger davon geträumt uns selbstständig zu machen, doch den ersten Schritt hatten wir noch nicht gewagt. Als meine Mutter dann plötzlich, mit nur 50 Jahren, gestorben ist, wurde mir erst bewusst, wie kurz das Leben sein kann.“ Es war offensichtlich. Genau wie ihre Liebe für raffinierte Delikatessen aus unserem Heimatland. „Es war wie ein Fass ohne Boden.“, meint Chefkoch Pit. „Wir haben den Deckel aufgemacht und immer mehr und mehr hochqualitative Luxemburger Produkte herausgekratzt. Es war fast unglaublich, welche unbeschreibliche Vielfalt traditionsreicher Lebensmittel wir entdeckt haben.“

Die beiden sind sich einig. Es ist, vielen nicht bewusst, wie viel unsere Landwirte, Winzer, Gemüsegärtner, Obstbauern und andere Lebensmittelhersteller uns zu bieten haben. Doch das Paar ist fest davon überzeugt, die Zeiten ändern sich, langsam aber sicher. Eine Eigenschaft, die eine Rückkehr zum Wesentlichen und zum Lokalen anpreist. Auf der Suche nach traditionellen Werten und heimischen Aromen unterschiedlichster Art. „Wir wählen unsere Produkte nach Qualität und Geschmack aus“, möchte Veronica klarstellen. „Ich kann Ihnen garantieren,

dass alles in unserem Laden von uns gekostet wurde. Alles!“. Sie muss lachen. Sehr wichtig ist es den beiden Inhabern ebenfalls, zu wissen, wer sich hinter einem Produkt versteckt. Der menschliche Aspekt spielt eine große Rolle bei der Auswahl der Artikel, die sie ihren Kunden zum Kauf anbieten wollen. Denn, so behaupten beide, zu jeder hausgemachten Spezialität, gehört auch eine ganz eigene Geschichte. „Da wir alle unsere Lieferanten treffen, können wir unsere Kunden optimal über die Herkunft und den Inhalt jedes Produkts informieren“, erklärt die 31-Jährige.

Einschränkungen gibt es keine, solange die Qualität stimmt. So ermöglichen sie es auch kleineren heimischen Produzenten, die wegen diversen Gründen, wie zum Beispiel zu geringen Lieferkapazitäten, keinen Zugang zum Großhandel haben, einen Platz in ihren Regalen zu finden.

„Wir haben uns sogar mit einigen von ihnen angefreundet. Wir gehen mit ihnen in die Lese oder in die Ernte. Es ist uns wichtig eine Hand mit anzupacken, uns vom Mainstream-Konsum zu entfernen“, betont der 32-Jährige Pit. So entstehen starke Kooperationen, die schlussendlich dem Kunde zu Gute kommen. „Das ist ein sehr interessanter Punkt, denn heutzutage wollen die Leute wissen, was sie kaufen, was sie









essen werden. Es ist ein Verkaufsargument“, weiß Inhaberin Veronica.

Der Wunsch nach Transparenz ist groß. Bei den beiden kauft niemand die Katze im Sack, das steht fest. Es wird sich ausgetauscht, gekostet und getestet. Das Wort Genuss wird hier auf jeden Fall groß geschrieben. Die Klientel, die vor allem aus Luxemburgern besteht, zeigt sich interessiert und ist neugierig. „Ich bin der Meinung, dass es die Menschlichkeit ist, die viele vermissen. In der heutigen Gesellschaft geht alles so schnell und das ist doch nicht Sinn und Zweck des Lebens“, betont Veronica mit

ernstem Blick. Die Kunden sind dementsprechend auch bereit mehr zu zahlen, weil ihnen eine bewusstere Ernährung wichtig ist und lokale, handgelesene Esswaren, deren Herkunft ihnen bekannt ist. So werden auch die regionalen Marken gestärkt. In den zahlreichen Regalen findet man alles was das Herz begehrt. Delikatessen aller Art, Gewürze, Schinken- und Wurstwaren, Senf, Nudeln und die dazu passende Pastasciutta, Suppen, Marmeladen, Honig, Schokolade, Kekse. Sogar Duftkerzen und Seifen „made in Luxembourg“ gibt es. Die Wanderscheids bieten ebenfalls ihr ganz eigenes Sortiment, mehr als 50 verschiedene Produkte,

zum Kauf an. Der derzeitige Bestseller ist ein hausgemachtes Chiliöl.

„Wir sind ein eingespieltes Team“, meint Pit Wanderscheid. „Wir funktionieren Hand in Hand, das ist unsere Stärke.“ Eine Liebe die bereits in der Hotelfachschule in Diekirch begonnen hat. Damals waren beide nicht einmal achtzehn Jahre alt, doch sie wussten bereits, dass sie zusammengehören. Ist es die erste große Liebe, möchte ich wissen. Beide müssen lachen, doch sie stimmen zu. Schon damals hatten sie diese tiefe Sehnsucht nach Entdeckung und fernen Zielen. Denn trotz ihres jungen Alters, haben diese beiden bereits einen langen Weg hinter sich. „Der Wille etwas zu wagen, war schon damals vorhanden“, erinnert sich Veronica. Chefkoch Pit wurde 2012 zum besten Jungkoch des Großherzogtums gewählt. Anschließend hat seine Liebe für die Gastronomie ihn nach Cannes und Berlin geführt. Dann ging die Reise weiter nach Belgien und nach Deutschland zu Starkoch Johann Lafer in der Stromburg, bis er, erstaunlicherweise, zusammen mit seiner Frau im Laos gelandet ist. „Pit hat seinen Wagen verkauft und eine Woche später saßen wir im Flugzeug Richtung Laos, ohne richtig zu wissen, was uns dort erwartet“, erinnert sich Veronica amüsiert.

## „Gutes Essen ist für mich eines der wichtigsten Dinge in meinem Leben.“

Pit Wanderscheid



In Luang Prabang, im Norden von Laos, haben beide mit der staatlichen Einrichtung „Lux-Development“ an einem Hilfsprojekt teilgenommen, das es ermöglicht hat ein Restaurant zu eröffnen, indem sie mit den Einheimischen ihr Wissen und ihr Knowhow geteilt haben. „Es war eine sehr bereichernde Erfahrung“, betont Veronica. Der finanzielle Aspekt hat sie nur wenig interessiert, oder zumindest war er nie ihre Hauptpriorität. Auch heute nicht, möchte das Paar klarstellen.

„Wir haben ein Problem“, meint Chefkoch Pit amüsiert. „Wir sind beide sehr ehrgeizig und haben dementsprechend auch sehr viele Ideen. Zu viele. Wir müssen uns manchmal selbst bremsen!“

Und trotzdem hat das erfolgreiche Paar vor zwei Monaten, nur einige Schritte um den Block, in der rue du Curré, das „Wanderscheid Atelier“ eröffnet. Hier werden frisch vorbereitete Gerichte angeboten. Zum Mitnehmen oder für die Mittagspause. Alles hausgemachte Spezialitäten vom Chefkoch





Pit Wanderscheid ausgedacht, nach Lust und Laune. So wird es auch nie langweilig. Zubereitet, meist mit lokalen Produkten, soweit es natürlich möglich ist. Alles andere kommt aus dem Ausland, ebenfalls von kleinen lokalen Unternehmen, die das Paar, wie gewohnt, vorweg besichtigt hat.

„Wir täuschen unsere Kunden nicht, denn Qualität ist mir sehr wichtig“, betont Pit mit ernster Stimme. „Wie oft werden wir angeschmiert? Bei einer ‚Quiche Lorraine‘ zum Beispiel ist meist

mehr Eierflan vorhanden als Speck. Das ist doch nicht normal. Das Basisprodukt stimmt nicht mehr. Das Ziel ist oft, auf Kosten der Verbraucher, viel Geld zu machen. Bei uns ist eine Quiche Lorraine durchgehend mit Speck garniert, so wie sich das gehört. Gutes Essen ist für mich eines der wichtigsten Dinge in meinem Leben“, gibt Pit Wanderscheid zu. „Wie das schmeckt, wie das riecht... Weltweit freuen die Menschen sich über einen gemeinsame Mahlzeit, egal von wo sie auch sind. Das spielt keine Rolle. Essen verbindet die Menschen immer.“

Innerhalb von nur zwei Jahren haben Veronica und Pit Wanderscheid sich einen Namen gemacht, haben das Gütesiegel „Made in Luxembourg“ erhalten und eine treue Klientel für sich gewonnen. Der Erfolg ist so groß, dass sie neun Vollzeitmitarbeiter eingestellt haben. In der Hauptstadt brodelt bereits die Gerüchteküche, es ist die Rede von einem Restaurant. Eine Information, die das Paar sofort dementiert hat. Schade.

Text: **Jérôme Beck**

Fotos: **Philippe Reuter**

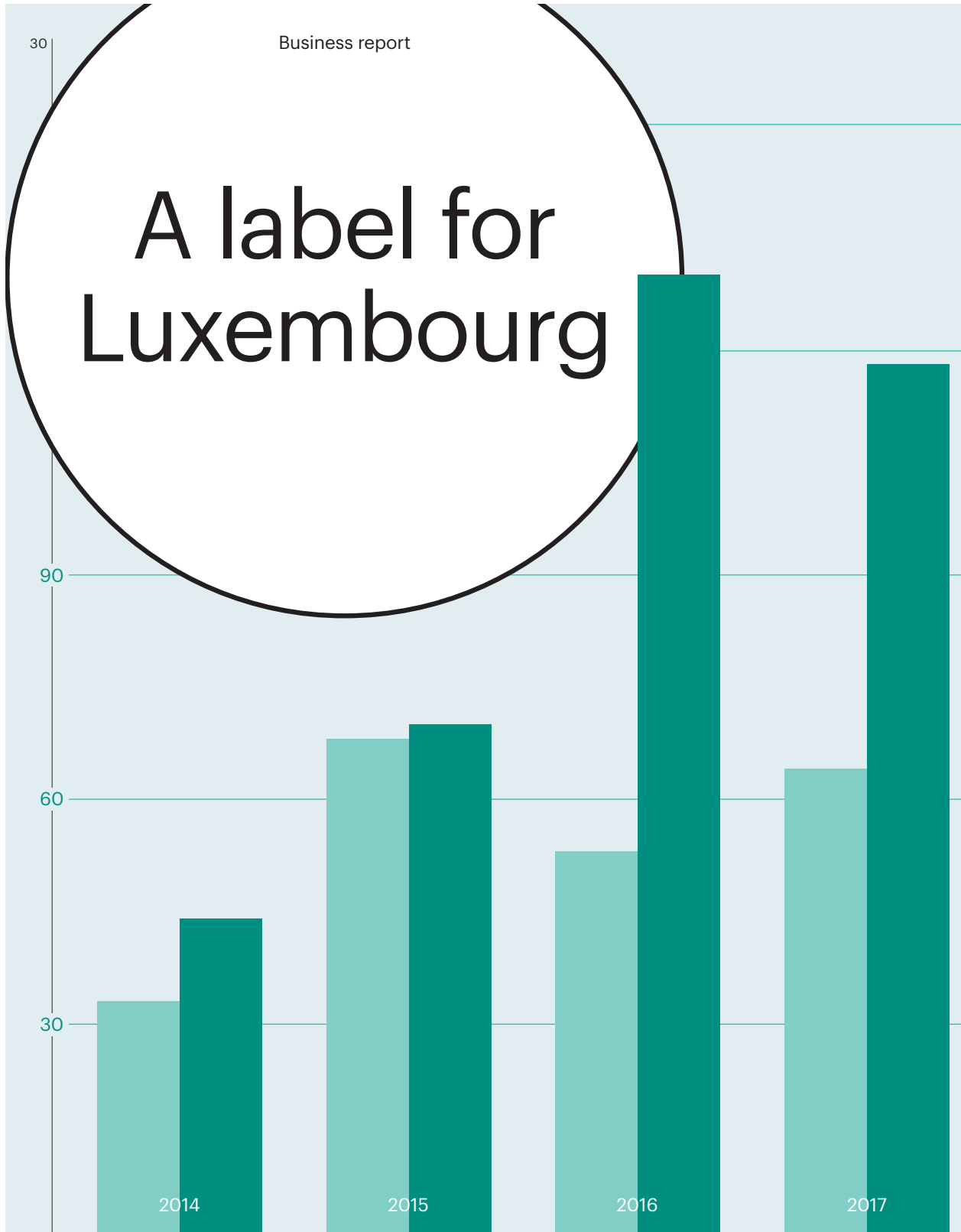


**DELANO**

**Delano**

Date: **24-11-2021**  
Page: **30-36**  
Periodicity: **Monthly**  
Journalist: **Cordula Schnuer**

Circulation: **5000**  
Audience: -  
Size: **2 455 cm²**







Brands we love

31

More than 90,000 companies are members of the Chamber of Commerce and the Chamber of Skilled Trades and Crafts, but what does it take to go from being a business to being a brand? From the right name to customer excellence, it takes work to become beloved by clients.

① Ambassadors for Luxembourg

A closer look at the Made in Luxembourg label →p.32

② What's in a name?

Building a successful brand →p.34

③ Meeting customer expectations

Top local brands for customer satisfaction →p.36

150

DECEMBER 2021 DELANO

125 companies

90

60

**LABELS AWARDED ANNUALLY**  
Between 1984 and 2013, the Made in Luxembourg label was awarded to 501 companies. The chambers of commerce and skilled trades and crafts in 2014 consolidated their communication around the label, seeing a rise in requests, also boosted by the pandemic.  
Source → Luxembourg Chamber of Commerce, Chamber of Skilled Trades and Crafts

■ Chamber of Commerce  
■ Chamber of Skilled Trades and Crafts





1  
Label

# Ambassadors for Luxembourg

**Around 1,500 businesses carry the Made in Luxembourg label, which is seeing a rise in popularity in the wake of the pandemic and as customers are looking for more local and sustainable products and services.**

“It is becoming more and more relevant,” said Elke Hartmann of the Chamber of Skilled Trades and Crafts. “Even though it is not a quality label but an origin label, customers associate quality with it.” Still, businesses need to show that they are worthy, not only by producing in the country but also by delivering on soft criteria, such as staff initiatives or community engagement.

“We regularly receive requests for design, but the production is abroad, because it is too expensive in Luxembourg or there aren’t enough seamstresses. That doesn’t work. For IT companies, too, development needs to happen in Luxembourg,” said Edith Stein of the Chamber of Commerce.

### Rich and diverse

The pair over the years have discovered surprising businesses. “We visited someone who makes waffle irons,” said Hartmann, who also encountered glaziers specialised in restoring and conserving church windows. But it’s also innovative companies who are seeking the label, such as a space firm making robotic arms or a business producing robots that clean solar panels. These have found a market in the Middle East where there is plenty



Elke Hartmann, Edith Stein

of sun but also a lot of dust and sand that reduces productivity.

“Made in Luxembourg, for me, is rich and diverse,” said Hartmann, who also helps companies at the Chamber of Skilled Trades and Crafts with internationalisation. “The feedback from businesses is a sense of exclusivity abroad,” she said of the label. Part of that comes from the logo, the two women agreed. With a crown at its centre, the label suggests a certain

sense of nobility, especially in countries where royal families still carry clout.

### Sense of sustainability

The label works with Luxembourg’s nation branding project, but the stamp isn’t only interesting for foreign markets. More and more companies in the food industry are requesting the label, Stein said, and there is also an emerging local ecosystem of brands working together, of businesses in Luxembourg finding local suppliers and partners through the Made in Luxembourg platform.

“What we are noticing is that companies are really trying to produce more sustainably,” said Stein, also amid a growing awareness among customers. “We are always reviewing the criteria,” said Hartmann. “Something like sustainability could absolutely fall under the soft criteria.”

During the pandemic year, the number of requests from companies to receive the label increased. It is awarded for a period of five years at the end of which a thorough review whether the business meets current criteria takes place. For example, the chambers in 2019 decided to no longer award the label to real estate agencies. Any agency that received the label before 2019 will lose it over the coming years.

The label is a boost for small businesses that don’t always have the resources for marketing campaigns or the tools to tell their stories. In the trades and crafts sector there are 1.4 foreign competitors for every local business, Hartmann said. A Made in Luxembourg label can make a difference. “It’s proximity, it’s reliability, it’s trust. It’s something familiar,” Hartmann said. ■

### THE MADE IN LUXEMBOURG LABEL

1984

Year the label was founded

1,500

Companies currently holding the label

134

Labels awarded in 2021

Source → Luxembourg Chamber of Commerce and the Chamber of Skilled Trades and Crafts

Words CORDULA SCHNUER

Photos → Chamber of Commerce, Chamber of Skilled Trades and Crafts

## Business report

## Brands we love

②

Branding

# What's in a name?

**While a cactus does not conjure up images of shopping, the Luxembourg brand has become something of an icon. The space for young entrepreneurs is getting narrower, but challenging the big players is not impossible.**

“Entrepreneurs should think about their brand right from the start,” said Patrick Ernzer, director of communication at the Luxembourg Chamber of Commerce, adding that it will be difficult to compete if you run a no-name enterprise. “Without a brand, you don’t exist in the mind of the customer.”

Being connected with consumers is also key. “The customer decides whether your brand becomes a hit or a flop. The question you have to answer is, ‘How do I build a brand that customers will connect with?’ Customers become real ambassadors for your brand,” he said. A recognisable but also simple name and logo are essential, but entrepreneurs must get to the essence of what they stand for. “Branding is about so much more than a pretty name, a logo and a nice slogan.”

That first step, finding a name, however, is becoming increasingly complicated. “Most common nouns and names have already been used. There’s only one Apple.” Finding a name that works in multiple languages and cultural contexts is even more difficult. But budding business owners also simply forget to check whether the domain name for their chosen company title is still available, said Pranjul Shah, the head of the University of Luxembourg’s incubator, who works with aspiring entrepreneurs.



Pranjul Shah, Patrick Ernzer

When it comes to logos, not only the symbol but also colours play a big role. “We are so colour-coded as people. We associate different feelings with different colours,” said Shah. Green, for example, is associated with sustainability and the environment. Yellow and orange are more social, Shah added, while blue is energetic.

### Being genuine

But there is also hope for those who get it wrong the first time around. When only 50 to 100 people know about your brand, it’s easy enough to rethink the name and

visual identity. “Every project we work with changes,” Shah said, from changing the name to the logo or even going deeper to rethinking the entire premise.

“You have to be genuine; you have to embody your beliefs,” said Ernzer. “One of the biggest mistakes you can make is to underestimate your customers. They can tell if you are fully invested in your beliefs, your values and goals.” If this might seem daunting, it’s not undoable. “It’s possible for a new challenger to be successful, even in a highly competitive and overcrowded market segment. You can be faster, closer to your audience. You can aim for a niche market that has the potential to evolve into a mass market,” the communications director said.

“Branding is very much ingrained in the whole process of building the company,” said Shah, adding that the incubator pushes its young entrepreneurs to go out and speak with potential customers on a regular basis. “It’s about keeping this dialogue alive and understanding how your brand value is built.”

This is also important as trends change. One of the young brands is trying to turn kombucha into sustainable leather, for example. GoldenMe, on the other hand, is a digital inclusion social enterprise for elderly users. “Zennials are all about sustainability,” said Shah. ■

### THE UNIVERSITY OF LUXEMBOURG INCUBATOR

2018

Year the incubator was founded

40+

Startups created

2,200

Students exposed to entrepreneurship

Words **CORDULA SCHNUER**



Business report

Brands we love

③

Service

# Meeting customer expectations



Fernand Ernster

**In an annual KPMG report on top local brands for customer experience, Luxembourg bookstore chain Ernster consistently places among the top players in the country even if its general manager long didn't think of the family name as a brand.**

"I was surprised that we were being considered as a brand," said Fernand Ernster, who leads the family business, recalling the publication of the first report in 2018. "We are an old business; we have a certain name, but because I carry the name myself, I never had this perception of the brand."

The bookseller ranked at the top of the first two editions of the survey, slipping into third place in 2020 and 2021, overtaken by banks and insurance companies. An unnamed "leading online retailer" scored 10th and this despite the rise of online shopping during the pandemic.

Ernster, too, offers an online shop, which gained in popularity last year. People who already had an account with the shop switched to digital, for example. "There is a risk with a company that is this old that it starts gathering dust," Ernster said. "We managed to stay on the ball."

**Customer priorities**

While customers cut companies some slack because of the pandemic, KPMG said in its report they have since "reverted to their initial pre-covid high expectations." Across the board, the nine sectors of the economy assessed performed less well in this year's survey compared to last year.

People have emerged from the pandemic with new priorities, Ernster said, including where and how they spend their money. "It's interesting, because a customer who complains is interested in you doing something about it, to satisfy them but also so that this doesn't happen again next time they visit." Ernster said customers want to stick with their local suppliers but, in return, demand good service.

Founded in 1889 in the capital, the bookseller recently opened its tenth shop in the country. "People were really happy to return to real shops," Ernster said of the end of lockdown, adding that the company's online trade would never replace its "brick-and-mortar" stores.

**A universe of books**

When the company moved into the Belle Etoile shopping centre in 1988, it was obligated to advertise, a novelty for the business at the time. "Today, we are a brand," said Ernster, the result of a process that has seen the company review its visual identity and adopt the slogan "L'esprit livre", the spirit of books.

This spirit aims to offer everything that is connected to books, from the process of writing--with the company also selling stationery--to the books themselves but also "the worlds that you delve into," Ernster said. "It's a universe."

Delving into the e-book market, however, is a challenge for the business. The popular Tolino e-book reader--available from booksellers in Germany,

Austria, Switzerland, Belgium, the Netherlands and Italy--doesn't work in Luxembourg for licencing reasons, and the country faces similar issues with options available in France or Belgium.

But paper books have also held a special appeal since the pandemic, Ernster has found. "People have had to spend so much time on their screens. What is better than a book for a digital detox?"

Words **CORDULA SCHNUER**

**TOP 10 BRANDS FOR CUSTOMER EXPERIENCE**

Source → 2021 KPMG Luxembourg Customer Experience Excellence Report

- 1 Banque Raiffeisen
- 2 Spuerkeess
- 3 Ernster
- 4 Nespresso
- 5 Luxair Tours
- 6 Foyer
- 7 Lalux
- 8 Colruyt
- 9 Lineheart
- 10 Leading online retailer

Photo → Edoard Oliszewski



Luxemburger Wort

## Luxemburger Wort

Date: 24-11-2021

Page: 48

Periodicity: Daily

Journalist: -

Circulation: 59525

Audience: 162100

Size: 677 cm<sup>2</sup>**SaKaNaNa®**

est né du désir de faire descendre dans la rue les tableaux peints par Claire-Lise Backes, imprégnés de joie, d'amour, de redécouverte de la vie. Cette artiste hors norme, lumineuse peint directement sur des sacs en cuir des mini-tableaux empreints de gaieté, d'énergie positive qui irradient l'Amour. SaKaNaNa® est Made in Luxembourg.

**Un hommage à Leurs Altesses Royales le Prince Guillaume, la Princesse Stéphanie et le Prince Charles.**

Les œuvres d'art peintes à la main sont les premières les représentant en train de se promener avec leur fils porté par son papa. Chaque SaKaNaNa est daté 2021. Au fur et à mesure que le Prince Charles grandit, le dessin évoluera également.

**« Baby Charles »**

Sac à main en cuir lavande avec « Happy GD Family » peint à la main. Pièce unique et création spéciale pour le Wortshop. Made in Luxembourg.

L 25 cm H 18 cm Prof 9 cm

**498 €**



### « Stéphanie »



Sac à main en cuir chocolat avec « Happy GD Family » peint à la main. Pièce unique et création spéciale pour le Wortshop. Made in Luxembourg.

L 35 cm H 26 cm Prof 13 cm

792 €



### « Baby Butterfly »



En cuir bicolore bleu ciel avec une peinture représentant des « Happy Family ». Pièce Unique. Made in Luxembourg.

L 30 cm, H 22 cm, Prof 12 cm

595 €





### « Baby Charles »

En cuir chocolat avec « I Love You » peint à la main. Pièce Unique. Made in Luxembourg.

L 25 cm, H 18 cm, Prof 9 cm

398 €



### « Stéphanie »

En cuir taupe avec « NaNa de Luxembourg fait du Ski » peint à la main. Pièce Unique. Made in Luxembourg.

L 35 cm, H 26 cm, Prof 13 cm

692 €



**www.corporatenews.lu/fr**Date: **23-11-2021**Periodicity: **Continuous**

Journalist: -

Circulation: **0**Audience: **1000**<https://www.corporatenews.lu/fr/archives-shortcut/archives/article/2021/11/assemblee-generale-de-l-ordre-des-architectes-et-des-ingenieurs-conseils-oai>

## Assemblée générale de l'Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils (OAI)

# OAI

## ORDRE DES ARCHITECTES ET DES INGENIEURS-CONSEILS

### L'architecte Michelle FRIEDERICI élue Présidente de l'OAI.

Lors de la récente assemblée générale de l'OAI à la Chambre de Commerce, qui a pu se dérouler à nouveau en présentiel avec la participation de plus d'une centaine de personnes, le directeur Pierre HURT a présenté, entre autres, les nombreuses activités de l'exercice écoulé (14ème édition du Guide OAI Références 2022, nombreuses tables rondes et séances d'information, Re-use des tissus de la Pop-Up Expo Bauhärepräis OAI 2020, 1er Art in Situ OAI, OAI Awards 2020 pour diplômés de l'Uni.lu, Journée des Présidents OAI...), qui se sont traduites par une forte présence de l'OAI dans la presse et les médias.

Michelle FRIEDERICI, architecte diplômée de l'Uni Kaiserslautern exerçant sa profession en tant qu'associée-gérante du bureau FG ARCHITECTES à Dudelange, a été élue nouvelle présidente de l'OAI. Membre du Comité des Architectes pendant plusieurs années et depuis 2019 membre du Conseil de l'Ordre, elle est très active dans les dossiers de la formation continue OAI, du cadre contractuel avec les communes et de la construction durable.

Après 4 mandats de 2 ans consécutifs en tant que président de l'OAI, l'architecte Jos DELL, associé-gérant du bureau M3 ARCHITECTES à Luxembourg, estima qu'il était opportun de ne plus présenter sa candidature.

Dans son introduction, Jos DELL a dressé le bilan de ses 8 ans de présidence de l'OAI dans un environnement

changeant.

Il est notamment revenu sur les thèmes qui ont été traités : l'indépendance de la profession, les concertations avec les membres du Gouvernement et les administrations, l'attribution des missions de membres OAI, l'accès à la profession, la simplification administrative, la mise en place de méthodes et d'outils de travail au bénéfice de tous les membres (MOAI.LU,...), la problématique du logement, et plus largement du cadre de vie, l'engagement pour un meilleur vivre-ensemble et la sensibilisation à la culture du bâti.

Les membres du conseil ont ensuite détaillé le rapport d'activités 2019-2020 autour de sept thèmes principaux dont le but est d'améliorer le cadre d'exercice des professions OAI et la culture du bâti.

Pierre HURT a ainsi fait le point sur les interventions de l'OAI sur le cadre légal à travers notamment des actions de l'OAI sur le projet de loi n°7478 relative à un contrôle de proportionnalité des réglementations professionnelles, des concertations au sujet de la réforme de la loi OAI, ou encore de la législation sur les marchés publics, dont les documents de synthèse proposés par l'OAI sont en train d'être avisés par les Ministères en charge de ce dossier.

Le Vice-Président Marc FEIDER est revenu sur le monitoring des contrats-types Etat / ABP et a fait le point sur les négociations en cours avec différents organismes (Fonds Belval, Fonds du Logement, SNHBM) en ce qui concerne la mise en place d'un cadre contractuel adéquat pour les prestations des membres OAI.

La Secrétaire Générale Sala MAKUMBUNDU, architecte associée-gérante du bureau CBA ARCHITECTES à Luxembourg, a rapporté qu'une documentation sur les procédures d'attribution des missions des membres OAI sera publiée en 2022 sur [www.oai.lu](http://www.oai.lu). En outre, elle a fait le point sur les dossiers de concours / consultations rémunérées traités lors de l'exercice écoulé.

Sala MAKUMBUNDU, membre du Conseil de l'Ordre depuis 2009 et Secrétaire Générale depuis 2013, n'a plus présenté sa candidature. Avec sa clairvoyance, son aisance dans la communication, sa diplomatie, mais également sa forte détermination, elle a su mener ses nombreuses tâches dans les GT « attribution missions membres OAI » et « cadre contractuel ».

Gilles CHRISTNACH a fait le point sur l'étude OAI pour le compte du Ministère de l'Energie et de l'Aménagement du Territoire concernant la mise en place d'un cadre d'implémentation de la construction durable au Luxembourg. Il a également informé l'assemblée des travaux d'un groupe de travail composé de représentants du Ministère de la Santé, de l'Inspection du Travail et des Mines (ITM), du Service national de la sécurité dans la fonction publique (SNSFP), de l'Administration des Bâtiments Publics (ABP), de la Chambre des Métiers et de l'OAI, sous la gestion de l'OAI, avec l'objectif de publier des mesures pour limiter la propagation de maladies à transmission aérienne via les installations techniques des bâtiments.

Le membre du Conseil de l'Ordre Steve WEYLAND a souligné que l'OAI a été entendu notamment en ce qui concerne la durée de la phase transitoire dans le cadre du nouveau règlement grand-ducal du 09/06/2021 sur la performance énergétique des bâtiments.

Michelle FRIEDERICI a dressé le bilan intermédiaire du cycle 2021 des formations continues de l'OAI. Elle a également présenté le renforcement de la collaboration avec l'énergieagence et une meilleure identification des modules développés avec le comité scientifique des formations continues OAI en collaboration avec la House of Training de la Chambre de Commerce.

Le trésorier Patrick NOSBUSCH a fait le point sur les activités de l'OAI en matière de sensibilisation des jeunes aux professions OAI : préparation de films de présentation des professions OAI pour les lycées, diverses collaborations avec Da Vinci, ANEIL (en préparation Science Center), coordination de la présentation des professions dans les lycées (matinées d'orientation...), participation à la Foire de l'Etudiant...





Pierre HURT a fait le point sur le suivi apporté par l'OAI à la crise sanitaire Covid19. 28 Infos Covid ont été adressées aux membres OAI, afin de les informer sur la situation et le maintien de l'activité (déblocage des autorisations de construire, prestations autorisées pendant le confinement...). L'impact de la crise sur les activités et les finances des membres OAI a été suivie via la mise en place d'une jauge régulière et d'enquêtes sur les aides. Afin d'assurer notre responsabilité sociétale en préparant dès à présent l'après-COVID, un Think Tank OAI a été mis en place pour faire des suggestions procédurales, opérationnelles, juridiques, financières. Les premiers résultats ont été adressés au Gouvernement.

Jos DELL et Sala MAKUMBUNDU ont été chaleureusement remerciés pour leur engagement bénévole au service des professions OAI. Jos DELL a été nommé Président Honoraire de l'OAI.

Les architectes Corinne STEPHANY, associée-gérante du bureau JONAS ARCHITECTES ASSOCIES à Ettelbruck, et Jean-Claude WELTER, associé-gérant du BUREAU D'ARCHITECTURE WEB à Grevenmacher, ont été élus nouveaux membres du Conseil de l'Ordre.

L'ingénieur-conseil Marc FEIDER, associé-gérant du bureau SCHROEDER & ASSOCIES à Kockelscheuer, a été réélu président de la Section des Ingénieurs-Conseils et vice-président de l'OAI. L'architecte Steve WEYLAND, associé-gérant du bureau TEAM31 à Luxembourg, et les ingénieurs-conseils Gilles CHRISTNACH, associé-gérant du bureau BETIC INGÉNIEURS-CONSEILS à Dippach, et Patrick NOSBUSCH, associé du bureau INCA, INGENIEURS CONSEILS ASSOCIES à Niederaanven, ont été réélus membres du Conseil de l'Ordre.

Nous vous invitons à consulter le site [www.oai.lu](http://www.oai.lu) pour plus d'informations.

Le  
Quotidien  
INDÉPENDANT LIBRE-PROFESSEUR[www.lequotidien.lu](http://www.lequotidien.lu)

Date: 22-11-2021

Periodicity: Continuous

Journalist: -

Circulation: 0

Audience: 6859

<https://lequotidien.lu/sponsored-content/europe-works/>

## Sponsored Content / Europe works



**Que fait l'Union européenne pour les citoyens ? De quelle manière les entreprises peuvent-elles obtenir du soutien par l'UE ? Quel est le rôle des différents Fonds européens ? « Europe works » est une série de vidéos qui montre des exemples concrets du fonctionnement de l'Europe, comment et pour qui elle travaille. Rendez-vous sur [ec.europa.eu/Luxembourg](http://ec.europa.eu/Luxembourg) pour apprendre plus sur comment l'Europe travaille pour vous.**

### Culture

Creative Europe est le programme-cadre de la Commission européenne pour soutenir la culture en Europe. Les principaux objectifs du programme sont la préservation, le développement et la promotion de la diversité culturelle et linguistique et du patrimoine culturel de l'Europe ainsi que la promotion du potentiel économique du secteur culturel et créatif, notamment dans le domaine audiovisuel.

Le Creative Europe Desk au Luxembourg informe le secteur culturel des différentes possibilités du programme et se tient à la disposition des personnes pour les informer et les conseiller. Grâce aux sous-programmes Creative Europe Media et Creative Europe Culture, le festival Sonic Visions à Esch-Belval, l'UGDA et des coproductions cinématographiques luxembourgeoises telles que 'Funan' ou 'The Breadwinner' ont par exemples pu être soutenus.





**www.gemengen.lu**

Date: 22-11-2021

Periodicity: Continuous

Journalist: -

Circulation: 0

Audience: 1000

<https://gemengen.lu/web/2021/11/22/de-nouvelles-aides-pour-les-entreprises-investissant-dans-des-infrastructures-pour-vehicules-electriques/>

## De nouvelles aides pour les entreprises investissant dans des infrastructures pour véhicules électriques

Lors d'une conférence de presse en date du 18 novembre 2021, le ministre de l'Économie, Franz Fayot, et le ministre de l'Énergie, Claude Turmes, ont présenté, en présence de représentants des chambres professionnelles, un nouveau régime d'aides en faveur des entreprises qui investissent dans des infrastructures de charge pour véhicules électriques. Le régime d'aides a pour objectif de stimuler davantage le développement de l'électromobilité au Luxembourg.

Approuvées lors du Conseil de gouvernement en date du 12 novembre 2021, les nouvelles aides s'adressent exclusivement aux entreprises pour les encourager à effectuer la transition vers l'électromobilité, dans le cadre de leur activité économique et pour accélérer le déploiement d'un plus grand réseau de bornes de charge au Luxembourg, augmentant ainsi la puissance de charge au Luxembourg.

Le ministre de l'Énergie, Claude Turmes, souligne: «La décarbonisation des transports est conditionnée à l'existence d'une infrastructure performante de points de recharge sur le territoire national. Le Luxembourg dispose déjà d'un réseau très dense de points de recharge. En permettant à davantage d'acteurs de bénéficier de subsides pour la mise en place d'infrastructures de charge pour des véhicules électriques, nous accélérons l'essor de l'électromobilité.»

Le ministre de l'Économie, Franz Fayot, précise: «Les nouveaux régimes d'aides favorisent le déploiement d'infrastructures de charge par les entreprises qui contribuent de ce fait à la décarbonisation des transports et au développement de l'électromobilité au Luxembourg. Les entreprises disposent ainsi d'un levier d'action supplémentaire pour soutenir les efforts gouvernementaux pour atteindre les objectifs de la transition énergétique.»

Les nouvelles aides s'appliquent pour la mise en place de bornes de charge accessibles au public et de bornes de charges privées dans les entreprises. Elles constituent ainsi un ensemble cohérent de mesures permettant au Luxembourg d'aboutir à un réseau performant de points de charge sur tout le territoire national. Elles complètent le régime d'aide pour l'installation de bornes de charges pour des personnes privées, ainsi que le réseau national de bornes accessibles au public «Chargy» et «SuperChargy».

Tom Wirion, directeur général de la Chambre des métiers, se félicite du nouveau régime d'aides sachant que la décarbonisation de la mobilité individuelle constitue un élément clé dans la lutte contre le changement climatique: «Les entreprises artisanales qui travaillent dans le domaine sont prêtes à relever le défi pour mettre en place l'infrastructure nécessaire. Avec cet outil, les entreprises reçoivent également les moyens nécessaires pour entamer leur propre transition énergétique.»

Marc Wagener, COO et directeur Formation à la Chambre de commerce, ajoute: «Dans la suite des réflexions

initiées dès 2015 dans le cadre du processus de la troisième révolution industrielle, la transition énergétique vers davantage d'électromobilité est apparue comme essentielle. Cette transition ne peut fonctionner que si elle est le fruit d'un effort collectif et dans ce contexte, les entreprises ont aussi un rôle à jouer. Ce nouveau régime d'aides mis en place par le gouvernement est le bienvenu, car il va faciliter les investissements des entreprises dans les infrastructures nécessaires.»

Le détail des nouvelles mesures:

Le premier type d'aides, qui profite à toutes les entreprises indépendamment de leur taille, est attribué suite à un appel d'offres à des projets d'infrastructures de charge accessibles au public ou privées, dont la capacité de charge est au moins égale à 175 kilowatts. Les projets qui seront retenus pourront bénéficier d'une subvention allant jusqu'à 50% des investissements liés au déploiement des bornes de charge. Une pondération assure que les projets les plus accessibles au public soient favorisés dans la procédure de sélection.

Le deuxième régime d'aide est réservé aux petites et moyennes entreprises et vise à faciliter leur transition vers l'électromobilité dans le cadre de leur activité économique. Sur simple demande, les PME peuvent bénéficier d'une subvention allant jusqu'à 50% des coûts liés aux bornes de charge et jusqu'à 60% des coûts liés au raccordement au réseau électrique. L'aide est plafonnée à 60.000 euros pour les coûts de raccordement au réseau électrique et 40.000 euros pour les autres coûts liés au déploiement par entreprise.

Afin de ne pas pénaliser les entreprises qui recourent à des solutions de leasing pour le déploiement de bornes de charge accessibles au public ou privées, celles-ci pourront également bénéficier des aides précitées sous forme d'une remise sur le contrat de leasing.

Le projet de loi relatif au régime d'aides en faveur des entreprises investissant dans des infrastructures de charge pour véhicules électriques sera prochainement déposé à la Chambre des députés. Le texte prévoit aussi une adaptation de l'organisation du réseau «Chargy» et «SuperChargy» en conformité avec le nouveau cadre législatif européen. Les nouveaux régimes d'aides entrent en vigueur au terme des procédures législative et réglementaire et seront disponibles sur la plateforme MyGuichet.

Communiqué par le ministère de l'Économie et le ministère de l'Énergie et de l'Aménagement du territoire

Photo: ©MECO



**www.infogreen.lu**

Date: 22-11-2021

Periodicity: Continuous

Journalist: -

Circulation: 0

Audience: 1000

<https://www.infogreen.lu/nouvelles-aides-pour-l-electromobilite.html>

## Nouvelles aides pour l'électromobilité

**Les Ministres Franz Fayot et Claude Turmes viennent de présenter, en présence de représentants des chambres professionnelles, un nouveau régime d'aides en faveur des entreprises qui investissent dans des infrastructures de charge pour véhicules électriques. Son objectif: stimuler davantage le développement de l'électromobilité au Luxembourg.**

Ces nouvelles aides s'adressent exclusivement aux entreprises pour les encourager à effectuer la transition vers l'électromobilité, dans le cadre de leur activité économique. Elles visent également à accélérer le déploiement d'un plus grand réseau de bornes grand-ducales, augmentant ainsi la puissance de charge au Luxembourg.

« La décarbonisation des transports est conditionnée à l'existence d'une infrastructure performante de points de recharge sur le territoire national », souligne le ministre de l'Énergie, Claude Turmes. « Le Luxembourg dispose déjà d'un réseau très dense de points de recharge. En permettant à davantage d'acteurs de bénéficier de subsides pour la mise en place d'infrastructures supplémentaires pour des véhicules électriques, nous accélérons l'essor de l'électromobilité. »

Le ministre de l'Économie, Franz Fayot, précise de son côté : « Les nouveaux régimes d'aides favorisent le déploiement d'infrastructures de charge par les entreprises qui contribuent de ce fait à la décarbonisation des transports et au développement de l'électromobilité au Luxembourg. Les entreprises disposent ainsi d'un levier d'action supplémentaire pour soutenir les efforts gouvernementaux afin d'atteindre les objectifs de la transition énergétique. »

Les nouvelles aides s'appliquent pour la mise en place de bornes de charge accessibles au public et de bornes de charges privées dans les entreprises. Elles constituent ainsi un ensemble cohérent de mesures permettant au Luxembourg d'aboutir à un réseau performant de points de charge sur tout le territoire national. Elles complètent le régime d'aide pour l'installation de bornes de charges pour des personnes privées, ainsi que le réseau national de bornes accessibles au public Chargy et SuperChargy (<https://www.infogreen.lu/le-reseau-chargy-s-etend-encore-un-peu-plus-dans-la-capitale.html>).

Tom Wirion, directeur général de la Chambre des métiers, se félicite du nouveau régime d'aides sachant que la décarbonisation de la mobilité individuelle constitue un élément clé dans la lutte contre le changement climatique : « Les entreprises artisanales qui travaillent dans le domaine sont prêtes à relever le défi pour mettre en place l'infrastructure nécessaire. Avec cet outil, les entreprises reçoivent également les moyens nécessaires pour entamer leur propre transition énergétique. »

Marc Wagener, COO et directeur formation à la Chambre de commerce, ajoute : « Dans la suite des réflexions initiées dès 2015 dans le cadre du processus de la troisième révolution industrielle, la transition énergétique vers davantage d'électromobilité est apparue comme essentielle. Cette transition ne peut fonctionner que si elle est le



fruit d'un effort collectif et dans ce contexte, les entreprises ont aussi un rôle à jouer. Ce nouveau régime d'aides mis en place par le gouvernement est le bienvenu, car il va faciliter les investissements des entreprises dans les infrastructures nécessaires. »

Le détail des nouvelles mesures

Le premier type d'aides, qui profite à toutes les entreprises indépendamment de leur taille, est attribué suite à un appel d'offres à des projets d'infrastructures de charge accessibles au public ou privées, dont la capacité de charge est au moins égale à 175 kilowatts. Les projets qui seront retenus pourront bénéficier d'une subvention allant jusqu'à 50% des investissements liés au déploiement des bornes de charge. Une pondération assure que les projets les plus accessibles au public soient favorisés dans la procédure de sélection.

Le deuxième régime d'aide est réservé aux petites et moyennes entreprises. Il vise à faciliter leur transition vers l'électromobilité dans le cadre de leur activité économique. Sur simple demande, les PME peuvent bénéficier d'une subvention allant jusqu'à 50% des coûts liés aux bornes de charge et jusqu'à 60% des coûts liés au raccordement au réseau électrique. L'aide est plafonnée à 60.000 euros pour les coûts de raccordement au réseau électrique et 40.000 euros pour les autres coûts liés au déploiement par entreprise.

Afin de ne pas pénaliser les entreprises qui recourent à des solutions de leasing pour le déploiement de bornes de charge accessibles au public ou privées, celles-ci pourront également bénéficier des aides précitées sous forme d'une remise sur le contrat de leasing.

Le projet de loi relatif au régime d'aides en faveur des entreprises investissant dans des infrastructures de charge pour véhicules électriques sera prochainement déposé à la Chambre des députés. Le texte prévoit aussi une adaptation de l'organisation du réseau Chargy et SuperChargy en conformité avec le nouveau cadre législatif européen. Les nouveaux régimes d'aides entrent en vigueur au terme des procédures législative et réglementaire et seront disponibles sur la plateforme MyGuichet.

Sébastien Yernaux

Photo : ©MECO



Tageblatt  
LUXEMBOURG

## Tageblatt

Date: 20-11-2021

Page: 7

Periodicity: Daily

Journalist: Eric Rings

Circulation: 21982

Audience: 75800

Size: 1 070 cm<sup>2</sup>

# „Dieses Phänomen muss bekämpft werden“

## CSAM Rundtischgespräch zum sexuellen Missbrauch an Kindern im Netz

**Eric Rings**

Anlässlich des Europäischen Tages zum Schutz von Kindern vor sexueller Gewalt lud das „Kanner a Jugendtelefon“ zusammen mit der Organisation Ecpat am Donnerstag zu einem Rundtischgespräch ein. Zur Diskussion standen unter anderem die aktuelle Gesetzgebung gegen den sexuellen Missbrauch von Kindern im Internet sowie die Möglichkeiten digitaler Tools, um die Verbreitung solchen Materials einzuschränken.

Der sexuelle Missbrauch an Kindern im Internet („Child Sexual Abuse Material“ – CSAM) hat in den vergangenen Jahren bedeutend zugenommen. „Nicht nur in Europa und weltweit, sondern auch in Luxemburg“, sagt Thomas Kaufmann, Ecpat-Direktor („End Child Prostitution, Child Pornography & Trafficking of Children for Sexual Purposes“). Er beruft sich dabei auf die Zahlen von 2020. In dem Jahr gab es bei der „Bee Secure Stoptone“, die mit dem „Kanner- a Jugendtelefon“ (KJT) zusammenarbeitet, insgesamt 4.022 Meldungen zu CSAM-Material. Das entspricht einer Zunahme von knapp 33 Prozent im Vergleich zu 2019. „Dieses Phänomen muss bekämpft werden“, so Kaufmann.

Im September haben beide Organisationen eine dreiteilige Kampagne zum Thema CSAM ins Leben gerufen. Hauptziel der Kampagne ist es, die Luxemburger Gesellschaft in Bezug auf CSAM zu sensibilisieren, sagt KJT-Direktorin Barbara Gorges-

Wagner. „Was kann und muss jeder tun, um unsere Kinder in Europa, in der Welt und in Luxemburg zu schützen?“, fragt sie. Der erste Teil der Kampagne befasst sich mit der Semantik des Ausdrucks CSAM, welcher im normalen Sprachgebrauch zu Unrecht als Kinderpornografie bezeichnet wird, sagt Gorges-Wagner. Letzterer Begriff verharmlose die Tat. „Bei CSAM handelt es sich um den realen Missbrauch von Kindern, der auf Fotos oder Videos festgehalten wird“, sagt Thomas Kaufmann. Es gehe hierbei nicht um eine Kategorie innerhalb der Pornografie, sondern um Gewalttaten, die an Kindern ausgeübt werden.

Im zweiten Teil geht es darum, dass die Gewalttat, die Kaufmann im ethischen und moralischen Sinne als Verbrechen bezeichnet, bei der Polizei oder den lokalen Organisationen, die sich damit befassen, signalisiert werden muss. Die Diskussionsrunde am Donnerstag befasste sich mit der Bestrafung dieser

Gewalttaten und mit dem bestmöglichen Schutz der Kinder. Angesichts der wachsenden Zahl von CSAM-Material im Netz und der Leichtigkeit, sich Zugang dazu zu verschaffen, wird dieses Verbrechen laut Ecpat-Direktor nicht genügend als solches betrachtet. Das Zeigen im Netz von solchem Material sei eine ständige Wiederholung des realen Verbrechens.

Jedes betroffene Kind kann sich im Netz wiederfinden



Bei CSAM handelt es sich um den realen Missbrauch von Kindern, der auf Fotos oder Videos festgehalten wird

Thomas Kaufmann  
Ecpat-Direktor

Positiv sei, dass sich die Sichtweise inzwischen weiterentwickelt habe. „Dass ein Kind kein potenzieller sexueller Part-

ner für einen Erwachsenen sein kann, scheint heutzutage selbstverständlich zu sein“, sagt Kaufmann. Vor 32 Jahren sei das noch nicht so gewesen. Das gefundene Material sei allerdings im Laufe der Jahre immer heftiger geworden und die Kinder darauf seien immer jünger. Diese Bilder würden nicht nur im Darknet zirkulieren, sondern auch im normalen Netz, sagt der Ecpat-Direktor. „Jedes Kind kann sich dort wiederfinden, nachdem es im Vertrauen Fotos mit jemandem ausgetauscht hat.“ Die Bilder können in Luxemburg oder woanders in der Welt gespeichert und eingesehen werden. Deshalb appelliert Kaufmann an die globale Verantwortung aller Akteure im Netz.

Wie sieht denn eigentlich die Gesetzeslage zum Thema CSAM aus? Ist sie ausreichend? Sind die Strafen hoch genug? Laut Justizministerin Sam Tanson gibt es viele Gesetze zum Thema. „Ich bin aber bereit nachzubessern, wenn sich herausstellt, dass das nicht ausreichend ist“, so Tanson. Sie zählt ein paar Beispiele von Gesetzen im Bereich CSAM auf und geht auf die vorgesehenen Strafen ein, die zwischen einigen Monaten und mehreren Jahren Haft liegen können. „Ich glaube, dass unsere Mittel relativ komplett sind.“ Zudem gebe es viele Sensibilisierungskampagnen. Das Thema werde auch regelmäßig auf EU-Tagungen der Justizminister diskutiert. Ohne inter-



Ich bin aber bereit nachzubessern, wenn sich herausstellt, dass das nicht ausreichend ist

Sam Tanson  
Justizministerin

nationale Zusammenarbeit sei es kaum möglich, einen ordentlichen Kampf in diesem Bereich zu führen.

## Die Rolle des IT-Sektors

Pascal Steichen ist Gründer und Geschäftsführer von „Securi-

ty made in Luxembourg“, einer Cybersicherheits-Agentur für die luxemburgische Wirtschaft. „Der IT-Sektor spielt schon eine gewisse Rolle, um die Justiz und Polizei zu begleiten, wenn es darum geht, CSAM-Material schnell zu blockieren oder vom Netz zu entfernen.“ Wichtig sei, dass digitale Akteure, wie zum Beispiel die Post, die Internet-Dienstleistungen anbieten, aktiv werden, sobald sie Informationen bekommen, dass illegales Material in ihrem Netzwerk zirkuliert, sagt Steichen.

Steve Müller kümmert sich beim Wirtschaftsministerium um die Cybersicherheit und hat eine beratende Funktion bei der Helpline „Bee Secure“. CSAM-Material durch den Einsatz von spezieller Software aus dem Netz rauszufiltern, sei nicht so einfach, da viele Sachen verschlüsselt seien. Sinnvoller für den CSAM-Bereich wäre es, die Verbindungen, die sogenannten Hoster, zu überwachen. So ließe sich z.B. Bildmaterial leichter aufspüren. Die Software, die dazu benötigt werde, dürfe allerdings nicht öffentlich gemacht werden, da sonst die Gefahr bestehe, dass Kriminelle dieses Systeme austricksen könnten. Zudem gebe es ein Datenschutzproblem, wenn solche Softwareprogramme, meist aus den USA, sämtliches Bildmaterial scannen würden. Laut neuester Regelung entfalle eine solche angedachte Pflicht für Telekommunikationsunternehmen, sämtliche Fotos zu scannen. Deshalb gelte hier weiter das reaktive Prinzip, demzufolge Internetanbieter jene Bilder entfernen müssen, die als illegal bei ihnen gemeldet werden.

Für Charel Schmit, Ombudsmann für Kinder und Jugendliche, ist es wichtig, dass Internetanbieter proaktiv Werkzeuge einbauen, um die Verteilung von CSAM-Material zu verhindern. Er findet es bedauerlich, dass das so nicht machbar ist und verweist auf die Aussagen von Steve Müller. „Wenn es um die Gewichtung zwischen Datenschutz und Kinderschutz geht, dann fällt die Gewichtung eher zugunsten des Kinderschutzes aus.“ Irgendwo höre der Spaß auf. Schmit fordert eine Analyse der Jurisprudenz des Sexualstrafrechts in Luxemburg. „Denn die Staaten haben durch die Kinderrechtskonvention die Pflicht, alle Werkzeuge zu mobilisieren, um den Schutz der Kinder zu garantieren.“ Eine qualitative Analyse insbesondere im CSAM-Bereich hält auch Sam Tanson für sinnvoll.



Wenn es um die Gewichtung zwischen Datenschutz und Kinderschutz geht, dann fällt die Gewichtung eher zugunsten des Kinderschutzes aus

Charel Schmit  
Ombudsmann für Kinder und Jugendliche





Justizministerin Sam Tanson im Gespräch mit KJT-Direktorin Barbara Gorges-Wagner



Fotos: Editpress/Julien Garroy

Sam Tanson, Charel Schmit, Steve Müller und Pascal Steichen beim Rundtischgespräch

d'Land**d'Lëtzebuenger Land**

Date: 19-11-2021

Page: 14

Periodicity: **Weekly**

Journalist: -

Circulation: **7500**Audience: **15500**Size: **71 cm<sup>2</sup>**

## KULTUR

**Mieux former pour mieux diffuser**

Dans sa volonté de soutenir et accompagner la professionnalisation des artistes, le ministère de la Culture a déjà lancé, au sein de la House of Training et avec le soutien de l'Œuvre, une formation interdisciplinaire pour artistes et créatifs. Un nouveau programme « Administration et diffusion du spectacle vivant » est lancé

à destination des compagnies et associations de théâtre et de danse et à ceux qui voudraient les intégrer, sous l'impulsion du Trois C-L, de la Theater Federatioun et d'Aspro. Démarrant au premier trimestre 2022, ce cursus de 62h verra l'intervention de professionnels du Luxembourg, de France, de Suisse et du Québec autour

des modules Administrer et piloter (32h), Promouvoir et diffuser (18h), Organiser et accueillir (8h). Connaissance des réseaux, construction de budget, négociation de vente d'un spectacle, organisation logistique, rédaction de contrats, relations presse, recherche de financement, droits d'auteurs... seront ainsi passés à la loupe. fc

**d'Lëtzebuenger Land**

Date: 19-11-2021

Page: 4

Periodicity: **Weekly**

Journalist: -

Circulation: **7500**Audience: **15500**Size: **101 cm<sup>2</sup>****BUDGET****Stellung genommen**

Diese Woche war eine der Stellungnahmen zum Staatshaushaltsentwurf 2022 und zum Mehrjahreshaushalt bis 2025. Der Conseil supérieur des finances publics hat an beiden wenig auszusetzen: Luxemburg sei besser durch die Corona-Krise gekommen als der Rest der Eurozone, das Defizit im Zentralstaat sehe beherrschbar aus, und die Staatsschuld bleibe bis 2025 deutlich unter dem Limit von 30 BIP-Prozent, das die Regierung sich im Koalitionsvertrag gesetzt hat. Längerfristig plädiert der CNFP

für eine weitere Rentenreform. Die Handwerkskammer begrüßt für ihre Mitglieder, dass die öffentlichen Investitionen hoch bleiben, und ist angesichts der Niedrigzinslage einverstanden damit, dass zur Finanzierung der Defizite von 2,9 Milliarden Euro bis 2025 Kredite aufgenommen werden können. Für den öffentlichen Wohnungsbau wiederholt die Handwerkskammer ihren Wunsch nach Public-private partnerships. Die Arbeitnehmerkammer beklagt, dass die Regierung nicht genug

gegen die steigenden Energiepreise unternehme. Sie möchte die Energiepreise vorübergehend einfrieren und die Einnahmen aus der CO2-Steuer nicht nur zur Hälfte, sondern ganz zum sozialen Ausgleich nutzen lassen. Die Handelskammer sieht im Haushaltsentwurf „Anlass zum Optimismus“, findet aber die Inflationsentwicklung und die gestiegenen Energiepreise bedenklich und das Staatsbudget nicht kohärent genug um Digitalisierung, Diversifizierung und Energiewende zu begleiten. pf



DE MAGAZIN FIR LËTZEBUERG  
**revue****Revue**

Date: 17-11-2021

Page: 34+35

Periodicity: Weekly

Journalist: Franziska Peschel

Circulation: 17376

Audience: 55300

Size: 1 091 cm<sup>2</sup>**KULTUR**

# Kunst als Köder

Zum dritten Mal findet Ende des Monats die Biennale des Métiers d'Art statt. Luxemburger Kunsthandwerker sowie einige aus den Grenzregionen stellen ihre Arbeit vor.

Keramiken, Schmuck, Skulpturen aus Holz, Beton und Filz – 141 Kunsthandwerker und Kunsthandwerkerinnen präsentieren an zwei Wochenenden ihre Werke. Etwa die Hälfte von ihnen ist zum ersten Mal dabei, sie sind neu unter den luxemburgischen Kunsthandwerkern. „Das beweist die große Dynamik, die in dem Bereich besteht“, sagt Roland Kuhn, Präsident der Association De Mains De Maîtres Luxembourg, die die Biennale veranstaltet. Der Sektor ist im Wandel, Roland Kuhn und Jean-Marc Dimanche, Generalkommissar des Verbands, waren in letzter Zeit Zeugen einer Aufwertung der Sparte. Das Handwerk und seine Produkte genießen wieder mehr Anerkennung. Das liegt nicht zuletzt an einem gewachsenen Bewusstsein für qualitative Materialien und

ihre Herkunft. Mehr denn je stehen diese im Fokus bei Herstellung und Kaufentscheidungen. „Einige Materialien werden wiederentdeckt“, freut sich Jean-Marc Dimanche. „Textilien zum Beispiel waren lange Zeit verschwunden, jetzt sind sie wieder in Mode.“ So steht die diesjährige Biennale unter dem Motto „Viv(ri)e la matière“.

Mehr als 10.000 Besucher hat die letzte Ausgabe der Biennale des Métiers d'Art 2018 angezogen, eine Bestätigung für den Veranstalter: Das Interesse ist groß. Und das braucht es auch, wissen sie. Die Association De Mains De Maîtres möchte diese Entwicklung weiter vorantreiben. Denn ein bisschen haftet das angestaubte Image der regionalen Traditionen noch immer am Kunsthandwerk.

„Oft ist das erste Bild, das wir vom Handwerk haben, ein veraltetes. Wir wollen die Neuigkeiten zeigen“, betont Jean-Marc Dimanche. „Wir wollen zeigen, dass Handwerk nicht nur die Vergangenheit verkörpert, sondern ebenso die Zukunft.“

Die Biennale der Kunsthandwerker dient als Aushängeschild, denn das Kunsthandwerk ist nur eine Disziplin unter den vielen, die der Verband vertritt. Sie soll ein Portal sein, ein Zugang zum Handwerk insgesamt. Denn mehr noch als die Materialknappheit, die in letzter Zeit alle Branchen betrifft, besorgt das Handwerk der fehlende Nachwuchs. Dabei sei die Lust groß, betont Roland Kuhn: „Jeder handwerkliche Beruf ist sehr leidenschaftlich.“





Ich sehe oft Leute, die den ganzen Tag im Büro sitzen, und danach setzen sie sich zu Hause zum Basteln hin. Sie machen das gern und sollten wissen: Das kann man zum Beruf machen.“ Die Chambre des Métiers wird nicht müde, vorzustellen, was Handwerkerinnen und Kunsthandwerker tun – „die Maler, die Chocolatiers. Wir brauchen junge Leute, die Interesse am Handwerk haben, und müssen ihnen zeigen, was ein Schreiner oder ein Bäcker macht, wie er arbeitet.“ Regelmäßig veranstalten sie in Betrieben Tage der offenen Tür, bei denen Schüler die Berufe kennenlernen können. Auch die Biennale setzt einen Schwerpunkt auf die jungen Besucher. Am 29. November, der Journée des lycéens, öffnen die Tore exklusiv für Schüler.

Eines der Kernstücke der Biennale ist die Zusammenarbeit mit viereuropäischen Hochschulen, die eine Sparte Kunsthandwerk haben. Jede der Schulen hat ein Projekt vorgestellt, ihre Schwerpunkte sind verschieden. Die Hochschule Trier legt eher den Fokus in der Ausstellung auf Textilien und Stickerie, erläutert Jean-Marc Dimanche. Die Hochschule für Kunst und Design ECAL in Lausanne ist spezialisiert auf Mechanik, sie basteln Musikboxen, kleine Automaten und Uhrwerke. Die ausgestellten Arbeiten haben die Schüler extra für die Biennale erstellt. Hingegen stellen die Cambre (Hochschule für visuelle Kunst) in Brüssel und die Kunsthochschule Hear in Straßburg die Abschlussprojekte ihrer Master-Studenten aus, Arbeiten aus Glas und Keramik, Accessoires.

Wer jetzt schon von der Lust gepackt ist und den Startschuss kaum abwarten kann, bekommt mit dem „Parcours hors les murs“ eine Preview. Wie 2018 schon stellen die Museen der Stadt einige Werke von Kunsthandwerkern und Kunsthandwerkerinnen aus. Im Foyer des Grand Théâtre sind fünf Skulpturen zu entdecken.

Text: **Franziska Peschel**

Fotos: **Hervé Montaigu (Editpress)**

**Biennale des Métiers d'Art,**  
vom 20. bis 28. November,  
10 bis 18.30 Uhr, am Freitag,  
den 26. November, bis 21  
Uhr. 19 Rue de la Liberté,  
Luxemburg. Eintritt frei.  
[www.demainsdemaitres.lu](http://www.demainsdemaitres.lu)





## Entreprises Magazine

Date: 01-11-2021

Page: 12

Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: -

Circulation: 5000

Audience: -

Size: 131 cm<sup>2</sup>

## News

### PRIX MEILLEUR CRÉATEUR D'ENTREPRISE DANS L'ARTISANAT 2021 LES FRÈRES WEISGERBER REMPORTENT LA 6<sup>E</sup> ÉDITION



Les **frères Weisgerber (Weisgerber & Fils S.à r.l.)**, lauréats du Prix Meilleur Créateur d'Entreprise dans l'Artisanat 2021.

**Pol et Ben Weisgerber (Weisgerber & Fils S.à r.l.)** sont les lauréats du **Prix Meilleur Créateur d'Entreprise dans l'Artisanat 2021**. Par leur détermination et leur engagement à reprendre l'entreprise familiale en 3<sup>e</sup> génération, qui compte 36 personnes, les frères Weisgerber ont su convaincre le jury. Ils ont remporté un chèque de 6.000 EUR.

À leurs côtés avaient été nommés **Patrick Bichler** (Menuiserie Bichler S.à r.l.), **Jeff Burg** (Beim Burg GmbH), **Vincenza Fuzio** (Ottika Enza S.à r.l.) et **Alexandra Kahn** (La Luxembourgeoise du Chocolat S.à r.l.), qui a reçu le coup de cœur du jury. Après une reconversion professionnelle, elle a repris l'entreprise en difficulté et est parvenue à la restabiliser.

Organisé par la Chambre des Métiers, en partenariat avec BGL BNP Paribas, ce prix vise à encourager et récompenser celles et ceux qui se sont lancés dans une aventure entrepreneuriale soit en créant ou en reprenant une entreprise artisanale il y a plus de 5 ans ou au cours des 2 dernières années.

[www.cdm.lu](http://www.cdm.lu)





## Entreprises Magazine

Date: 01-11-2021

Page: 13

Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: -

Circulation: 5000

Audience: -

Size: 145 cm<sup>2</sup>

## News

### **FUTURE GENERATION UN TREMPLIN INNOVANT VERS LE MONDE DU TRAVAIL**

S'appuyant sur ses contacts avec des entreprises, **Youth & Work**, qui accompagne depuis presque 10 ans des jeunes à la recherche d'emploi, a présenté son nouveau programme **Future Generation** qui, durant les 28 prochains mois, permettra à 270 jeunes d'entrer sur le marché du travail ou d'être admis à une formation scolaire ou universitaire.

« Nous proposons à des entreprises de présenter leur candidature auprès des jeunes pour obtenir leur engagement,

leur créativité et leurs capacités, dans le but de développer et réaliser un projet de développement durable avec eux », explique Ariane Toepfer, directrice de Youth & Work.

Depuis septembre jusqu'à la fin 2023, 18 projets de coopération avec des sociétés/organisations sont prévus, chaque projet faisant intervenir un groupe de 15 jeunes de Youth & Work. Chaque coopération dure 6 semaines et a pour but non seulement la réalisation d'un projet de développement durable, mais également le développement des compétences personnelles et professionnelles des jeunes de façon visible et mesurable afin que 70 % d'entre eux trouvent un emploi, un apprentissage ou s'inscrivent dans une école ou université.

André Losch Fondation et l'Oeuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte cofinancent le projet pendant toute sa durée. Sur le plan professionnel, la Chambre des Métiers, la Chambre des salariés et la Chambre de Commerce sont les partenaires de coopération du projet.

Le **1<sup>er</sup> projet** a consisté à créer et développer le 1<sup>er</sup> musée du déchet au monde, le **MUD – Musée du déchet**, en coopération avec le Luxembourg Center for Circular Economy (LCCE), dont l'inauguration a eu lieu le 7 novembre dernier.

Les entreprises et organisations intéressées, ainsi que les jeunes (16-29 ans) à la recherche d'un emploi ou d'une formation peuvent contacter Youth & Work via [www.youth-and-work.lu](http://www.youth-and-work.lu), [www.loschfondation.lu](http://www.loschfondation.lu), [www.oeuvre.lu](http://www.oeuvre.lu)



## Entreprises Magazine

Date: 01-11-2021

Page: 11+12

Periodicity: Bi-Monthly

Journalist: -

Circulation: 5000

Audience: -

Size: 130 cm<sup>2</sup>

## News

### « CHOISIS LA VOIE DE L'APPRENTISSAGE - REJOINS 2.000 APPRENTIS »

#### UNE CAMPAGNE COMMUNE

Chaque année au Grand-Duché, quelque 2.000 jeunes se lancent dans l'apprentissage et font ainsi leurs premiers pas dans la vie professionnelle.

Au Luxembourg, la Chambre des Métiers, la Chambre de Commerce, la Chambre des salariés et la Chambre d'Agriculture assurent avec le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse, l'organisation et la surveillance de l'apprentissage dans les professions commerciales et administratives, l'artisanat, l'industrie et l'agriculture.

Chaque Chambre s'efforce de promouvoir les apprentissages dans les métiers qu'elle représente. Cette année, les **4 chambres professionnelles (Chambre de Commerce, Chambre des Métiers, Chambre des salariés et Chambre d'Agriculture)** ont décidé d'unir leurs forces pour lancer une campagne de communication commune, axée sur le digital, qui vise à promouvoir l'apprentissage. Cette campagne a un double objectif : rappeler aux entreprises l'importance de l'apprentissage pour former ses futurs collaborateurs et, surtout, convaincre davantage de jeunes à se lancer dans l'aventure de l'apprentissage.

Que vous soyez une entreprise qui souhaite s'investir pour former et embaucher un apprenti en toute confiance ou un jeune à la recherche d'une vie professionnelle épanouissante, découvrez ou retrouvez les avantages de l'apprentissage, les secteurs qui recrutent, le tutorat d'apprenti et toutes les informations utiles ou encore la campagne actuelle sur le site commun dédié à l'apprentissage : [www.berufsausbildung.lu](http://www.berufsausbildung.lu).

[www.cc.lu](http://www.cc.lu), [www.cdm.lu](http://www.cdm.lu), [www.csl.lu](http://www.csl.lu),  
[www.lwk.lu](http://www.lwk.lu)