PRINTEMPS 2025

MERKUR

Published by Luxembourg Chamber of Commerce

EXPOSITION UNIVERSELLE : INSIDE OSAKA 2025

L'IA EN MÉDECINE : LEVIER CLÉ ?

ANATURA : UN NOUVEL HÔTEL 4 ÉTOILES

4 €

9 770241 841328 72

CHAMBER OF COMMERCE LUXEMBOURG

Vous cherchez une assurance Pro qui protège vos Produits ?

C. Mesquita
Fleuriste
Fleurs du temps

Évaluez vos besoins avec notre bilan d'assurance Pro.

Rendez-vous en agence ou sur foyer.lu

Foyer

Protecting your success

IL FAUT QUE TOUT CHANGE POUR QUE RIEN NE CHANGE !

EDITOR'S LETTER

2025 marque, à plusieurs titres, une année importante pour le magazine Merkur. C'est tout d'abord une année anniversaire pour un magazine créé en 1975. Ce n'est pas rien de célébrer un demi-siècle d'existence pour un titre de presse, dans un contexte où les magazines papier ont tendance à disparaître.

Si Merkur a su évoluer avec son temps tout au long de son histoire, cette année va une fois de plus être le point de départ d'une aventure inédite. Le magazine de la Chambre de Commerce va désormais suivre la voie du digital. Ainsi, depuis la fin du mois d'avril, une nouvelle plateforme numérique, *Merkur.lu*, permet de gagner en instantanéité, d'être plus réactif et plus agile. *Merkur.lu* est maintenant en phase avec les nouvelles habitudes de lecture et de mobilité. Ce virage numérique renforcera l'ambition première de Merkur - s'adresser aux femmes et aux hommes qui font l'économie du pays - et gardera une constante : les chef(fe)s d'entreprises et autres décideurs économiques y seront toujours à l'honneur au travers de portraits, d'interviews ou encore d'éclairages sur les dernières tendances business... En effet, ce sont eux qui, par leurs idées et leur persévérance, font tourner les entreprises et donc l'économie et contribuent ainsi à la prospérité du pays tout entier.

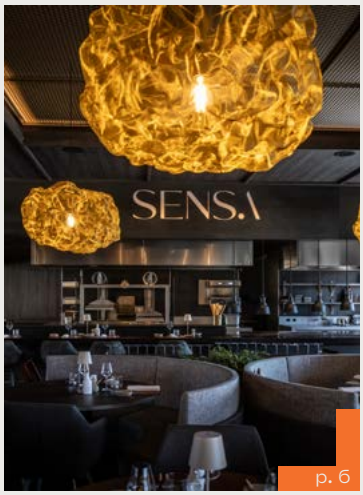
Autant de récits vivants et de décryptages inspirants qui se retrouveront également dans une newsletter entièrement dédiée à *Merkur.lu* dès ce mois de mai 2025.

Enfin, vous tenez dans vos mains l'ultime changement de la nouvelle marque multimédia Merkur. Vous allez découvrir que tout change ou presque ! La forme tout d'abord, avec une nouvelle maquette, des rubriques nouvellement structurées, une mise en page sobre, une impression qualitative, qui - combinée à une périodicité désormais saisonnière - va faire chuter de plusieurs tonnes notre consommation annuelle de papier. Puis, ce nouveau Merkur a été entièrement repensé *web to print* : il installera une passerelle avec son pendant digital en compilant une sélection des articles mis en ligne et en prévoyant des renvois vers ceux-ci, mais gardera un dossier d'abord conçu pour le magazine.

Nous n'en dirons pas plus pour vous laisser le soin de découvrir par vous-même ce magazine Merkur, sa plateforme digitale *Merkur.lu* et la *newsletter Merkur.lu*.

Tous ces éléments de la marque Merkur constituent le fer de lance de la communication grand public de la Chambre de Commerce.

Bonne découverte et bonne lecture !



p. 6

p. 38

p. 60

06 MEMBERS CORNER 06 – 24

ANATURA 06
LES HOMMES D'AMSTERDAM 08
QUATRE NOUVEAUX POP-UP STORES 10
KILOGRAM.LU 12
ENKY 14
TEAM 7 16
CHÂTEAU SCHENGEN 18
EMILE WEBER 20
INUI STUDIO 22
AUTOMOBILITY INCUBATOR 24

26 IT'S MY STORY 26 – 43

JOULE 26
Une place au soleil
TARANTULA 28
Se faire une toile
OAI 30
35 ans plus tard
ÄERD LAB 32
Impression 3D en architecture
APPRENTISSAGE 34
Itinéraire d'une ex-apprentie devenue tutrice
HITEC LUXEMBOURG 36
Orientée marché, centrée client et axée technologie
CERATIZIT 38
Sustainable as much as possible
FUJITSU LUXEMBOURG 40
Offres de services à tiroir
OQ TECHNOLOGY 42
Bringing cell towers to space

44
COVER STORY
44 – 49

INSIDE OSAKA 2025 :
AU PAYS DU SOLEIL LEVANT ET
DE LA SOCIÉTÉ DU FUTUR

50
THE ECONOMY
50 – 59

IA — 50
Effet de mode ou véritable opportunité ?

LE « MÉDECIN AUGMENTÉ » — 52
Quand l'IA redonne du souffle à la médecine

LE VIETNAM DÉCOLLE — 54
Une opportunité d'embarquement pour le Luxembourg

ABSENTEISME — 56
Les employeurs accusent le « coût »

IMPÔT, INNOVATION, VIEILLISSEMENT — 58
4 pistes à retenir

60
TRENDS
60 – 65

LA PRÉPARATION AUTOMATISÉE DES COMMANDES — 60

FERMES URBAINES — 62

CYBERATTAQUES — 64

66
HOW IT WORKS
66 – 73

COMMENT OBTENIR UN MICRO-CRÉDIT — 66

COMMENT CRÉER UNE ENTREPRISE SOCIALE ? — 68

COMMENT ABORDER LE MONDE DES AFFAIRES AU JAPON ? — 70

HOW TO PREPARE FOR YOUR PARTICIPATION IN A TRADE MISSION ? — 72

74
IDEA
74 – 75

PENSIONS, UN QUATUOR DE RÉFORMES

76
LUXEMBOURG RISING
76 – 77

UN NOUVEL ÉCLAT POUR LE LANDEWYK BUILDING

ANATURA

L'HÔTEL 4 ÉTOILES DÉVOILE SA NATURE

TEXTE : JEAN-MICHEL CAVALLI
PHOTOS : LAURENT ANTONELLI / AGENCE BLITZ

1

Le nouvel hôtel-restaurant Anatura a ouvert ses portes au nord du Luxembourg. Planté au bord des lacs de Weiswampach, cet établissement de 90 chambres et suites s'intègre dans son environnement naturel tout en conservant le standing d'un 4 étoiles supérieures. Découvrez les ambitions de Jordane Lamy, administrateur-délégué de Lamy Group, pour ce complexe qui a mobilisé 50 millions d'euros d'investissements.

2

3

4

Il a surgi à la sortie de Weiswampach, au nord du Luxembourg. Un virage serré, une route goudronnée menant à des parkings et soudain, l'émerveillement : blotti entre deux lacs, en contrebas d'un massif forestier, le bâtiment dévoile ses lignes horizontales qui s'étirent sur une bande de terre auparavant dévolue à un barrage. Une certitude, le bien-nommé Anatura ne dénature pas ce site d'une beauté singulière. C'est même tout le contraire. Ce nouvel hôtel-restaurant le sublime.

Un hébergement haut de gamme

Cette première impression se renforce en approchant de l'entrée principale. D'ici quelques semaines, plantations et cascades d'eau réserveront un accueil apaisant aux visiteurs. Un mur végétalisé habille déjà le lobby. C'est là que nous attend Jordane Lamy (photo 2), administrateur-délégué de Lamy Group, groupe familial belge actif dans la construction, la promotion immobilière et le tourisme.

Son regard plonge dans l'une des immenses baies vitrées qui donne sur les lacs. Toujours sous le charme de ce panorama, même après plus de trois ans de travaux, l'entre-

preneur dévoile les principaux atouts de cette implantation à 50 millions d'euros : *« Le premier, c'est bien entendu la qualité environnementale du site. Et le second, son positionnement géographique. Nous sommes à proximité de l'Allemagne, de la Belgique et pas si loin des Pays-Bas, d'où les voyageurs sont très friands de courts séjours axés sur le dépaysement, la nature et le bien-être. »* Soit tout ce qui constitue l'ADN de cet hôtel.

Un top chef belge en cuisine

Ce complexe dispose d'une capacité hôtelière de 90 chambres et suites. Toutes sont dotées de grandes baies vitrées et de terrasses privées : *« Cela renvoie beaucoup de clarté et de luminosité naturelle »*, décrit celui qui pilote, avec son frère, le groupe fondé par son père. Point fort de ces chambres, leur superficie qui débute à 32 m², soit une dimension supérieure aux standards de l'hôtellerie. Le mobilier, moderne et épuré, épouse la philosophie des lieux, *« positionné sur un créneau haut de gamme sans être dans l'excès. »* Anatura ne cherche pas le *« tape à l'œil »*, insiste Jordane Lamy, mais plutôt à procurer une sensation de bien-être à ses clients.

Un joli coup médiatique et gustatif… En cuisine, l'hôtel s'est offert les services d'un consultant de premier ordre en la personne d'Yves Mattagne (photo 4, à g.). Ce chef belge doublement étoilé (La Villa Lorraine à Bruxelles) et vedette du petit écran, a supervisé toutes les cartes de l'hôtel. Ici, l'ambition n'est pas de propulser le restaurant Sensa dans la galaxie des étoilés mais, comme le rappelle le chef croisé au bar lounge de l'hôtel, *« de proposer une cuisine du monde, de partage, respectueuse des produits locaux et inventive. »* Interrogé sur les raisons qui l'ont poussé à s'aventurer dans ce projet, sa réponse tient dans ce regard qui dévore le paysage : « *Regardez ce cadre, cet environnement.* » Irrésistible, en effet.

Un centre Wellness de 2.500m²

Sur le segment de l'hôtellerie de luxe, la question ne se pose plus : *« Aujourd'hui, tous les groupes franchissent le pas. Un spa ne constitue plus une annexe, c'est devenu un moteur. »* Et même une très grosse cylindrée chez Anatura. Les dirigeants ont revu à la hausse leur intention initiale en doublant la superficie de l'espace Wellness, désormais portée à 2.500m². En cours de construction (ouverture prévue en fin d'année 2025), il comprendra 3 piscines, 5 saunas, 2 hammams ainsi qu'une dizaine de salles de soins. Une précision : l'accès à ce géant du bien-être – le deuxième plus grand du pays derrière le centre thermal de Mondorf-les-Bains – ne sera pas réservé aux seuls clients de l'hôtel. Cette volonté de s'ouvrir sur l'extérieur, sur les « autres », fait écho à cet impératif d'intégration qui se reflète dans l'architecture du bâti.

Réunions d'équipes, évènements commerciaux, visites de groupe : le tourisme d'affaires a un impact prépondérant sur les recettes commerciales de l'hôtellerie : *« Cela représente 25 à 30 % du CA de notre résidence hôtelière aux Lacs de l'Eau d'Heure (Belgique) »*, dévoile Jordane Lamy. L'entrepreneur vise la même proportion à Weiswampach. Voire davantage si l'on se réfère à la masse de pré-réservations enregistrées depuis l'ouverture : *« Nous avons déjà reçu 150 demandes »*. Ce succès s'explique par la qualité des salles de séminaire, modulables et équipées des dernières technologies. Comme pour le centre Wellness, les plans sont déjà révisés : initialement calibré pour accueillir 240 personnes, cet espace va doubler de superficie avec l'ajout prochain d'une extension.

L'hôtel-restaurant ne constitue que la première pierre d'un projet touristique de plus grande envergure. L'ambition du groupe est de capitaliser sur le potentiel de cette emprise de 40 hectares. À l'été 2026, le site devrait comprendre un parc aquatique, un cable park (téléski nautique) et un parcours accrobranche. La construction de 88 cottages leste encore la feuille de route de Jordane Lamy. De retour dans le hall, ce bâtisseur dans l'âme ne résiste pas à la tentation d'admirer la quiétude des eaux du lacs : *« Vous ne trouvez pas que dès qu'il y a un rayon de soleil, on se sent apaisé ? »*

1. Planté entre deux lacs et coiffé d'un massif forestier, l'hôtel Anatura s'intègre pafaitement dans le paysage.
2. Un hôtel à son image : Jordane Lamy, fils du fondateur du groupe éponyme, nourrit de grandes ambitions dans le nord du pays.
3. Design épuré et matériaux nobles : la signature des chambres et suites correspond à la sobriété recherchée par cet hôtel 4 étoiles supérieures.
4. La touche du chef étoilé Yves Mattagne (à g.) se retrouve sur les cartes de l'hôtel.
5. 6. Le restaurant Sensa propose une cuisine haut de gamme, « du monde », à l'image de son chef.

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

LES HOMMES D'AMSTERDAM

LA CLASSE À L'ITALIENNE !

TEXTE : JEAN-MICHEL CAVALLI
PHOTOS : CHARLY PETIT/CHAMBRE DE COMMERCE

Ouverte depuis septembre 2021 au 74, Grand Rue à Luxembourg-Ville, la boutique de vêtements haut de gamme Les Hommes d'Amsterdam poursuit son développement. En aménageant avec goût et raffinement leur sous-sol, les deux co-fondateurs Laurens Krekels et Bram Ter Harmsel sont devenus les ambassadeurs exclusifs des marques de luxe italiennes Kiton et Brioni.

1

2

Caruso, Corneliani, Doriani Cashmere, Fedeli, Finamore, Lardini ou encore Santoni pour ne citer qu'elles... Points communs de ces marques réputées pour sublimer l'allure d'une clientèle raffinée? Elles cultivent toutes le même savoir-faire italien. Et au Luxembourg, la plupart d'entre elles ne sont distribuées que dans un seul et unique point de vente, Les Hommes d'Amsterdam.

Le nom de l'enseigne, qui dénote par rapport à l'origine transalpine de ses fournisseurs, renvoie à la ville de naissance des deux co-fondateurs, Laurens Krekels et Bram Ter Harmsel : *« Forcément, nos nouveaux clients se questionnent. C'est une bonne chose car cela nous offre un premier contact pour expliquer notre histoire et notre goût pour la mode italienne »*.

L'année 2021 choisie pour cette ouverture, qui exhume le souvenir douloureux de la crise covid, ne paraissait pourtant pas propice pour s'aventurer dans une entreprise commerciale : *« Il y avait une part de risques mais de notre côté, nous étions parfaitement préparés à nous lancer,* confie Laurens Krekels, ex- gestionnaire de fortune sur la place financière. *Le business plan établi, nous avons également bénéficié de l'expertise de la House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce sur de nombreux points, comme la rédaction des statuts »*. Une étude de marché poussée a renforcé la confiance des deux entrepreneurs : *« Avec Bram, nous avions identifié une offre très réduite au Luxembourg sur le segment des articles de luxe pour hommes. Il y avait une place à prendre. »* Aujourd'hui, elle semble être prise, en témoigne l'agrandissement récent de la boutique.

Depuis septembre 2024, le magasin Les Hommes d'Amsterdam propose un nouvel espace de vente en sous-sol. Mobilier chic, matériaux nobles, ambiance épurée, salles d'essayage aux dimensions XXL : cet ajout de 120m² de surface commerciale épouse la volonté des deux associés d'offrir un cocon plus intimiste à une clientèle exigeante. Initialement disposé à l'étage, l'espace dédié à la création de costumes sur-mesure occupe désormais la partie basse du magasin : *« Ce cadre, désormais à l'écart de nos collections de prêt-à-porter, convient mieux à un profil de clientèle en quête d'anonymat. »*

Les marques italiennes Brioni et Kiton ont également investi les lieux. Particulièrement regardantes sur les détails, ces deux maisons du luxe cherchaient un relais local en accord avec leurs standards teintés d'élégance et de raffinement. Dans la capitale du Grand-Duché, Laurens et Bram, les deux hommes d'Amsterdam, sont devenus leurs ambassadeurs exclusifs. Une évidence, du cousu main même...

1. L'agrandissement de la boutique offre de belles perspectives d'avenir à Laurens Krekels et Bram Ter Harmsel.
2. La partie originelle du magasin abrite de nombreuses marques de luxe.

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

Informations environnementales : bmw.lu

18,5-23,7 KWH/100 KM • 0 G/KM CO_2 (WLTP)

THE i7

BAYERISCHE MOTOREN WERKE

Bilia Luxembourg
7, Rue Christophe Plantin
L-2339 Luxembourg
www.bilia.bmw.lu

Bilia Mersch
21, Rue de la Gare
L-7535 Mersch
www.bilia.bmw.lu

Muzzolini
6, Rue Romain Fandel Zi Um Monkeler
L-4149 Esch-sur-Alzette
www.muzzolini.bmw.lu

Schweig
6, Haaptstrooß
L-9806 Hosingen
www.schweig.bmw.lu

COMMERCE

ON A POUSSÉ LA PORTE DE QUATRE NOUVEAUX POP-UP STORES

TEXTE : JEAN-MICHEL CAVALLI
PHOTOS : LAURENT ANTONELLI / AGENCE BLITZ

No Rainer, Emergence, Atelier Luxera et Fashion House : ces pop-up stores ont très récemment investi le cœur de la capitale. Cette nouvelle vague d'ouvertures, rendue possible grâce à la politique de loyers modérés adoptée par la Ville de Luxembourg, participe à diversifier l'offre commerciale dans la capitale. Rencontre avec quatre créateurs qui ambitionnent d'inscrire leur projet éphémère sur une voie plus durable.

Showroom, ateliers, workshops... La Luxembourg Art & Fashion Foundation (LAFF) oeuvre sur plusieurs terrains.

LAFF HOUSE : LE TEMPLE DE LA CONFECTION

Le concept. Il faudrait plutôt parler de concepts au pluriel s'agissant de ce pop-up localisé au 15, avenue de la Gare. Piloté par la Luxembourg Art & Fashion Foundation (LAFF), ce projet concentre en un seul lieu un atelier de production de vêtements, un showroom proposant à la vente des œuvres et collections de créateurs de mode et d'artistes ainsi qu'un espace dédié à des workshops. Dans ces murs imprégnés de talents créatifs, on trouve des designers en quête de renommée comme Tamar Keburia, Francini K., Svarga ou encore Moshkovska. Mais aussi des peintres, des couturières... Maryna Garashchenko, responsable des relations extérieures, résume la mission de la LAFF : *« Créer une communauté et une plateforme uniques au Luxembourg pour les personnes souhaitant s'immerger dans l'industrie créative et porter leur passion à un niveau international. »*

ATELIER LUXERA : MADE IN PORTUGAL

« Désolé, elle est absente. Elle se trouve au Portugal. » Ce bref déplacement de Jessica Canico, à la tête de la boutique Atelier Luxera (43, Grand Rue), ne s'inscrivait nullement dans le cadre d'un voyage d'agrément : *« C'était pour le business »*. Plus précisément pour finaliser les tests d'une nouvelle collection de vaisselle en céramique. Pourquoi délocaliser la production en Lusitanie ? *« Parce que ce pays est réputé pour l'émail réactif. Cette réaction chimique, obtenue à haute température, permet d'obtenir des couleurs très particulières. »* L'art de la table, plus qu'un business, une véritable passion qui s'enracine dans ses origines portugaises : *« Dans notre culture, le repas tient une place importante. »* Et le contenant compte tout autant que le contenu. Après une étude de marché, *« qui laissait entrevoir, au Luxembourg, une offre très réduite de vaisselle artisanale »*, cette employée d'un fonds d'investissement (toujours en activité) a pris un risque calculé : *« Mais un risque quand même... Heureusement, depuis l'ouverture, le volume de ventes dépasse mon prévisionnel. »* Ce bon démarrage s'explique par la qualité de ses articles. Mais aussi par la diversification de l'offre qui déborde sur le terrain événementiel avec l'organisation d'ateliers émail, de réunions d'équipes, d'anniversaires, etc. Une certitude : Jessica sait et aime recevoir.

Atelier Luxera joue la carte de la céramique pour fidéliser sa clientèle.

Quatre pop-up stores ont, momentanément, pignon sur rue dans la capitale.

NO RAINER VISE UNE PLACE AU SOLEIL

« Il pleut beaucoup au Luxembourg. » Installée au Grand-Duché depuis trois ans, la Lettonne Elena Gromova s'y connaît en pluviométrie : *« J'ai vécu cinq ans à Londres, alors… »* Alors à force de s'escrimer à passer entre les gouttes, une idée lumineuse a fait son chemin : concevoir une large gamme de manteaux imperméables pour toute la famille. L'originalité tient à la coupe élégante de ces vêtements, d'ordinaire plus recherchés pour leur côté fonctionnel que pour leur esthétisme. Si le design est l'œuvre d'Elena, ces imperméables portent tous une signature artistique : *« Je travaille en collaboration avec Sumo, un artiste très populaire au Luxembourg et le peintre Uno, originaire du Nigéria »*. Braver la pluie sous couvert d'une œuvre d'art, le concept est posé. Lequel se nourrit encore d'une note environnementale : délocalisée en Pologne et en Syrie, la production de ces vestes se réalise avec du polyester 100% recyclé. A noter que d'autres créateurs habillent les lieux (40, rue Philippe II) comme Duc et Duchesse ou encore Mine, marque créée par une styliste ukrainienne.

La boutique No Rainer souhaite enraciner son concept à Luxembourg.

Pour se faire un nom, Thibeau Salvi mise sur des créateurs de mode indépendants.

EMERGENCE : TAILLE PATRON !

« Une plateforme de rencontres entre des marques émergentes et leur public. » Le discours est bien rodé, le plan marketing parfaitement ficelé. A seulement 24 ans, Thibeau Salvi affiche déjà une solide expérience entrepreneuriale. En 2019, le jeune luxembourgeois lançait, avec son frère, sa propre marque de streetwear baptisée Gauto Bro. Cette précocité s'expliquait alors par une volonté affirmée de s'affranchir des codes de la mode. Ce désir l'anime toujours. Dans sa boutique - située au 38, rue Philippe II - cohabitent de nombreuses marques de créateurs indépendants luxembourgeois, français, belges et suisses : *« Là, vous avez Ryse, derrière laquelle on trouve deux étudiants de Caen. A chaque nouvelle collection, ils font un petit documentaire vidéo,* dévoile-t-il avant de s'arrêter sur Fraude. *Lui, c'est un créateur strasbourgeois qui recouvre ses créations avec des motifs de tapisserie des années 60. »* Pour doper sa popularité, Thibeau multiplie les évènements : défilés dans la rue, showcase DJ, shooting photos, etc. Après deux précédentes expériences à Paris et au Belval Plaza, ce commerçant à l'âme artistique tient son 3e pop-up store.

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

KILOGRAM.LU

PESER SUR LA CONSOMMATION DURABLE

TEXTE : CORINNE BRIAULT
PHOTO : KILOGRAM.LU

Lisa Kremer et Anne Harles.

Le drive zéro déchet reprend du service sous la houlette de Anne Harles, une figure connue et reconnue dans le secteur des produits biologiques et du développement durable.

En lançant *Kilogram.lu* début 2022, Stéphanie Lamberty, ancienne cheffe de projets et consultante en optimisation des processus dans la finance, a su combiner son expertise en digitalisation et son engagement en faveur de la consommation durable pour créer une plateforme innovante 100% en ligne. En quelques années, *Kilogram.lu* a facilité les courses en vrac grâce à un système de bocaux consignés et une logistique pensée pour minimiser l'empreinte écologique tout en mettant en avant des producteurs locaux.

Souhaitant se tourner vers d'autres projets, Stéphanie Lamberty a passé la main à Anne Harles, forte de plusieurs années d'expérience dans la gestion de magasins bio (ALaVita) et engagée, elle aussi, pour une consommation durable. Le parcours exemplaire dans le commerce et la restauration bio et l'esprit entrepreneurial de Anne Harles, ont été autant d'atouts pour pérenniser les valeurs écologiques de *Kilogram.lu*.

En effet, Stéphanie Lamberty et Anne Harles partagent une vision commune : faciliter l'accès à des courses locales et zéro déchet pour un mode de vie plus respectueux de l'environnement, privilégiant les circuits courts et les producteurs locaux autant que possible. *« Ce projet permet de marier les boutiques physiques et le drive. C'est aussi, bien évidemment, un bon moyen de faire prendre conscience aux consommateurs qu'il est possible de consommer mieux tout en soutenant l'économie locale. Je suis ravie et enthousiaste à l'idée de poursuivre cette aventure et d'apporter ma contribution à un projet aussi inspirant »* explique Anne Harles.

Epaulée dans cette aventure par Lisa Kremer, Anne Harles ajoute : *« Pour l'heure, nous proposons une gamme plus réduite que celle que vous pourrez trouver dans un magasin physique avec le drive. Nous offrons principalement des produits secs, comme des pâtes, du riz, des biscuits, du chocolat et des fruits à coque, ainsi que quelques produits frais comme des œufs, du beurre et des yaourts. Nous envisageons d'élargir la gamme rapidement avec des produits frais locaux ».*

Kilogram.lu compte parmi ses clients, des particuliers mais également des entreprises *« pour le BtoB, ce sont des entreprises sensibles aux problématiques de RSE, qui souhaitent intégrer leurs préoccupations environnementales à leurs activités commerciales. Nous leur fournissons plutôt des produits en gros conditionnements, destinés pour certains par exemple, à leurs cantines. Cette nouvelle étape pour* Kilogram.lu *s'inscrit dans une prise de conscience de l'importance d'intégrer le zéro déchet comme un enjeu clé de consommation pour le Luxembourg et l'Europe. »*

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

PEUGEOT
NOUVEAU E-3008

Jusqu'à 700 km d'autonomie électrique

Jusqu'à 8 ans de garantie Allure Care

Aussi disponible en hybride

Scannez & découvrez

PEUGEOT RECOMMANDE TotalEnergies **16,8 – 18,1 kWh/100 KM CO_2 0 G/KM (WLTP)**

Contactez votre point de vente pour toute information relative à la fiscalité de votre véhicule.
Peugeot Allure Care Garantie est un programme couvrant les pièces principales de votre véhicule, activé lorsque vous décidez d'entretenir votre voiture dans le réseau Peugeot, conformément à notre programme d'entretien. Il est valable jusqu'au prochain entretien programmé et jusqu'à 8 ans ou 160 000 km, au premier des deux termes échus, étant précisé que la garantie légale n'est pas limitée par ces termes, selon les conditions du programme disponible dans votre point de vente. Peugeot Allure Care Garantie est disponible sur la dernière génération de la gamme Peugeot 100 % électrique : E-208, E-2008, E-308, E-308 SW, E-408, E-3008, E-5008. E.R.: Laurent Barria - Stellantis Belux SA - Avenue du Bourget 20 Boîte 2 - B-1130 Bruxelles Belgique, inscrite à la BCE sous le numéro 0403.461.107 - IBAN: DE 64512106990160000009 - Tél: +32 78 15 16 15

Enky propose un large choix de mobilier professionnel combinant esthétique, qualité et ergonomie, de fabrication européenne.

ENKY

LA CIRCULARITÉ APPLIQUÉE AU MOBILIER DE BUREAUX

TEXTE : CATHERINE MOISY
PHOTOS : ENKY

La startup belge Enky, pionnière de l'ameublement professionnel par abonnement *(Mobilier as a service)* se déploie au Luxembourg pour y proposer ses différentes solutions innovantes à même de transformer le marché du mobilier de bureaux pour le rendre plus durable.

Déjà présente en Belgique, son pays d'origine, en France, au Royaume-Uni, en Espagne et en Suisse, Enky a choisi le Luxembourg comme prochaine étape de son développement international. Le concept, créé il y a cinq ans, consiste à proposer aux entreprises de se meubler en souscrivant un *« abonnement mobilier »* contre paiement d'un loyer mensuel. Les entreprises clientes ont ainsi la possibilité de se libérer de la gestion de ces équipements, tout en évitant d'immobiliser de la trésorerie et en s'inscrivant dans une logique de circularité. Les meubles loués, sont en effet récupérés lorsque l'entreprise souhaite en changer, pour être reconditionnés et loués à nouveau à une autre entreprise. Chaque meuble peut ainsi avoir jusqu'à quatre vies.

La force de la proposition réside également dans le large choix proposé avec des gammes esthétiques, qualitatives, ergonomiques, garanties sur la durée et de fabrication européenne. Chaque entreprise cliente peut choisir entre mobilier neuf ou d'occasion, en fonction de son budget.

La solution proposée par Enky repose sur un réseau d'investisseurs professionnels et privés (ticket d'entrée à partir de 500 euros) dont la mise permet d'acheter le stock de meubles et dont le retour sur investissement, estimé à 6 à 8% de rendement, est assuré par les loyers perçus.

Pour compléter son offre, Enky vient de lancer un nouveau service de *lease back* qui consiste à acheter le mobilier déjà installé dans une entreprise pour le lui louer ensuite immédiatement sous forme d'abonnement et de le proposer à d'autres entreprises à l'issue de celui-ci, dans une logique d'économie circulaire.

Aïssa Laroussi, co-fondateur et CEO d'Enky explique pourquoi le Grand-Duché est un marché cible naturel pour ce type de services : *« Le Luxembourg est connu pour son intérêt vis-à-vis de nouvelles solutions de placements financiers, ainsi que pour ses plus de 4,5 millions de mètres carrés de bureaux et ses initiatives tant privées que publiques d'innovations écoresponsables. »*

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

ROBIN

CRÉATEUR DE COULEURS

ART DE LA NATURE

MADE IN LUXEMBOURG

ROBIN.LU

Bissen - 16 Z.A.C. Klengbusbierg
Leudelange - 7 rue Jean Fischbach

SCANNEZ ET
DÉCOUVREZ NOS
POINTS DE VENTE

AGACOM

TEAM 7

LA PASSION DU DESIGN HAUT DE GAMME RESPECTUEUX DE LA NATURE

TEXTE : CATHERINE MOISY
PHOTOS : TEAM 7

Le mobilier Team 7 est conçu sur mesure dans un choix de bois issus de forêts gérées durablement.

Fin janvier 2025, le premier magasin de design haut de gamme de l'enseigne TEAM 7 a ouvert ses portes au 261, route d'Arlon, axe bien connu pour son choix étoffé de magasins de meubles et d'enseignes d'aménagement d'intérieurs (cuisines, salles de bains, placards…).

L'entreprise CS Schranksysteme déjà présente sur le marché luxembourgeois depuis près de 20 ans avec la distribution de la marque Cabinet (placards sur mesure), étend son offre en ouvrant un showroom TEAM 7, marque créée en Autriche en 1959 avec pour maîtres mots, innovation et qualité. Le magasin de la route d'Arlon est le tout premier de l'enseigne au Benelux. Celle-ci fidèle à l'esprit de son fondateur, propose une offre de design durable, respectueuse de l'environnement, combinant un artisanat d'excellence avec un choix étendu de beaux matériaux naturels et des lignes de mobilier privilégiant la fonctionnalité. Le bois utilisé pour les créations est entièrement issu de forêts gérées durablement. L'entreprise familiale a choisi de ne pas produire en grande série et de fabriquer à la demande. Tout au long du processus de fabrication l'efficacité est de mise pour économiser aussi bien les matériaux que l'énergie. TEAM 7 contrôle l'ensemble de la chaîne de valeur de manière à en maîtriser tous les aspects.

Au Luxembourg, l'entreprise propose des solutions globales d'aménagement avec service complet, de la conception à la mise en œuvre, personnalisées selon les souhaits et besoins des clients. L'offre de TEAM 7 s'étend jusqu'à l'aménagement de cuisines, avec la marque d'électroménager Gaggenau.

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

BGL
BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

Ce visuel a été produit par l'intelligence artificielle Midjourney. Offre soumise à conditions. Sous réserve d'acceptation du dossier par la banque. Plus d'informations en agence et sur bgl.lu. My Business Banking est un espace client gratuit entièrement dédié aux personnes morales et accessible via une connexion sécurisée LuxTrust.
BGL BNP PARIBAS S.A. (50, avenue J. F. Kennedy, L-2951 Luxembourg, R.C.S. Luxembourg : B 6481) Communication Marketing mai 2025

CHÂTEAU SCHENGEN

RENAISSANCE D'UN JOYAU

TEXTE : CORINNE BRIAULT
PHOTOS : CHÂTEAU SCHENGEN

Après plus de dix ans d'inactivité, le Château Schengen et son restaurant connaissent une nouvelle vie. La magnifique demeure et ses jardins situés sur les rives de la Moselle accueillent à nouveau le public. Une aventure inédite s'écrit pour ce fabuleux lieu patrimonial luxembourgeois.

Quelquefois, c'est le hasard qui préside à la destinée et conduit vers de grands projets. Ce n'est certainement pas Jean-Baptiste Marx qui dira le contraire. Si le nouvel exploitant du Château Schengen s'était bien imaginé, petit, vivre une vie de château, le sort a bien accéléré les choses. Le jeune trentenaire, contraint de fermer sa société d'événementiel qui n'a pas survécu à la crise Covid et ses mois d'inactivité, était à la recherche d'un entrepôt quand un agent immobilier lui a proposé de visiter un château laissé telle une belle endormie depuis une décennie. *« Dix ans sans activité, et présenté comme un bien atypique, je me suis un peu méfié,* plaisante Jean-Baptiste Marx. *Mais étant de nature curieuse, je me suis dit que je n'avais rien à perdre, mis à part peut-être un peu de temps ! Quand l'agent immobilier a poussé le portail, j'ai eu un vrai coup de foudre pour cet endroit ! Malgré le jardin en friche totale, le château qui demandait tout de même un sérieux rafraîchissement, j'ai été envahi par de bonnes ondes et j'ai tout de suite vu son potentiel. Evidemment, tout le monde m'a pris pour un fou quand j'ai signé ! ».*

Après une première série de travaux, une partie du château rouvre ses portes au premier semestre 2024, pour des évènements exclusifs et des mariages. *« Nous avons tout de suite trouvé notre clientèle »*, ajoute Jean-Baptiste Marx. Aujourd'hui, ce sont ainsi déjà une trentaine de chambres, dont deux suites qui ont retrouvé leur lustre, et accueillent les hôtes.

Le parti pris par le nouvel exploitant des lieux étant de proposer une décoration moderne, un style sobre à l'élégance intemporelle comme celui des grandes demeures de maître.

Fin avril, une nouvelle étape a été franchie avec la réouverture du restaurant du Château, qui se veut une invitation à redécouvrir les saveurs d'antan tout en apportant une touche de modernité. La carte fait la part belle à l'authenticité et à la richesse des produits locaux, aux vins des producteurs de la Moselle comme les réputées maisons Ruppert ou Thill, aux fruits et légumes issus du verger du château. Elle privilégiera les circuits courts et mettra en lumière le savoir-faire du jeune chef bourguignon Donovan Mathon. Ayant fait ses armes dans de grandes maisons en Bourgogne et à l'international, il propose une cuisine sans artifice, traditionnelle et conviviale où le goût prime et qui va évoluer au fil des saisons. Comme Bernard Loiseau pour lequel il a une grande admiration, le chef a adopté le mantra : *« la cuisine la plus simple est la plus compliquée »* et de préciser : *« ici tout est fait maison de l'entrée au dessert ! »*.

La réouverture du restaurant du Château Schengen et de son hôtel ne sont cependant pas des projets isolés. Les travaux vont se poursuivre et de nouvelles étapes verront bientôt le jour pour redonner au château tout son éclat. Jean-Baptiste Marx déborde d'idées pour aménager les 6.000 m² de ce vaste château, qui au cours de son histoire fut également un couvent. Ainsi, outre les jardins qui s'agrémenteront d'une magnifique terrasse avec vue imprenable sur la Moselle et les vignobles alentours, il compte aménager encore les multiples extérieurs qui devront petit à petit accueillir des réceptions privatives, ou un espace wellness. Ainsi, la vaste campagne de travaux ne fait que débuter pour la majestueuse tour classée du Moyen-Age, les caves à vins voutées, les anciens lieux de prière intimistes, les cours en pierre et les sublimes petites chapelles … *« Fidèle à son histoire, le château sera un endroit ouvert, accueillant et chaleureux, sans bling bling, mais accessible à tous, que l'on vienne en couple, en groupe, pour un séjour, un repas ou simplement pour partager un verre »*, conclut Jean-Baptiste Marx.

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

EMILE WEBER

CELEBRATING 150 YEARS OF INNOVATION, SUSTAINABILITY AND LEADERSHIP

TEXT AND PHOTOS : SILICON LUXEMBOURG

As Emile Weber celebrates its 150th anniversary, the company remains deeply committed to innovation, sustainability, and delivering advanced mobility solutions. With a strong legacy and a forward-looking vision, Emile Weber is ready to continue pioneering the future of transport.

In 2025, Emile Weber Group is celebrating a remarkable milestone, its 150th anniversary. Founded in 1875, this family-owned company has grown into a leader in sustainable mobility in Luxembourg and the Greater Region.

With over 2.200 employees, Emile Weber continues to shape the future of transport, staying at the forefront of innovation while remaining deeply committed to its core values of quality, sustainability, and customer service.

In 2024, Emile Weber continued to lead with innovative projects that are shaping the future of transport. One key development was the partnership with Uber, which brought the Uber app to Luxembourg. This collaboration allows users to book WEBTAXI cars, providing more options for passengers and creating new opportunities for drivers in the region.

Emile Weber also made waves in the travel industry by investing in Swiss startup Twiliner, a company redefining overnight bus travel. Twiliner's state-of-the-art seats, which transform into comfortable beds, offer a sustainable and innovative alternative to traditional travel. In 2025, Emile Weber will introduce new routes across major European cities, allowing passengers to experience this revolutionary way of traveling while minimizing their carbon footprint.

Moreover, Emile Weber's partnership with Pony.ai is driving the future of autonomous mobility in Luxembourg. By integrating cutting-edge autonomous vehicle technology, the company is contributing to the evolution of smart, self-driving transport systems, further solidifying its leadership in sustainable mobility.

Emile Weber Group is advancing sustainable mobility through fast-charging infrastructure and ongoing team training, supported by its renewed CSR certification. Leadership from Catherine Havé, Philippe Heinisch, and Emile Weber Jr. ensures the company adapts to industry changes while maintaining a family-oriented culture. Their hands-on leadership strengthens connections with employees and drives the company forward. The group is also expanding its tourism activities, particularly with DayTrip offerings for young travelers. With a seamless transition to the sixth generation, Emile Weber continues to honor its legacy while embracing future opportunities.

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

L'Excellence et l'Innovation au coeur du voyage

LUXEMBOURG TOURISM AWARDS

#infinimentluxembourg

Luxembourg

3e édition

Un rendez-vous incontournable du tourisme luxembourgeois.

Depuis deux éditions, les Luxembourg Tourism Awards célèbrent le dynamisme et la richesse du paysage touristique luxembourgeois. En 2025, l'événement prestigieux revient avec une nouvelle édition placée sous le signe de l'excellence et de l'innovation.

PARTICIPEZ

INUI STUDIO

RAISING 1.5 MILLION EUROS TO SCALE SKALINK

TEXT : SILICON LUXEMBOURG
PHOTOS : INUI STUDIO / SILICON LUXEMBOURG

Luxembourg-based iNUI Studio has raised 1.5 million euros, led by CK Group and supported by the Ministry of Economy, to accelerate the rollout of SkaLink, its live video customer support platform.

Luxembourg-based iNUI Studio has secured a 1.5 million euros funding round, led by the CK Group with support from the Ministry of Economy, to accelerate the rollout of its flagship solution, SkaLink, a cloud-based live video support platform that's redefining digital customer service across Europe.

The funding marks a turning point for iNUI Studio, known for its innovative AIRxTOUCH contactless screens. Despite initial success with deployments in Canada and Nordic airports, the company has now pivoted fully to software, drawn by its scalability and stronger margins. *"With SkaLink, we've found our commercial success,"* says CEO Olivier Raulot. *"This is not just a product pivot, it's a strategic refocus on what we do best."*

SkaLink was born out of a partnership with SNCF, where it was tested in 2024 in high-speed train stations like Montpellier. The results: over 2.000 calls handled and 80.2% user satisfaction, proving customers value real-time, human interaction, especially in urgent or complex situations.

The solution combines a dedicated touchscreen terminal (Intercom) with a robust software suite (Pilot), offering features like smart call distribution, screen sharing, video recording, and real-time analytics. Crucially, it requires no apps or phone numbers and can be deployed in just 15 minutes.

With this new funding, iNUI Studio plans to scale SkaLink across sectors such as transportation, telecom, banking, retail, and hospitality. The roadmap includes AI-powered translation, asynchronous video messaging, and dynamic QR call systems for public spaces.

"SkaLink directly addresses a key business challenge, optimizing customer relationships while keeping the human connection," notes CK Group CEO David Gray.

iNUI Studio aims to reach 50.000 video calls by the end of 2025, with a long-term target of 500.000, ushering in a new era of smarter, more human support for businesses across Europe and beyond.

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

Banque Degroof Petercam Luxembourg S.A., 12 rue Eugène Ruppert, L-2453 Luxembourg | Tel: +352 45 35 45 1 | bienvenue@degroofpetercam.lu | www.degroofpetercam.lu | RCS B25459
CA Indosuez Wealth (Europe), 39 allée Scheffer, L-2520 Luxembourg | Tel: + 352 24 67 1 | communication@ca-indosuez.lu | luxembourg.ca-indosuez.com | RCS B91986

AUTOMOBILITY INCUBATOR

OFFICIAL OPENING IN BISSEN

TEXT AND PHOTOS : SILICON LUXEMBOURG

Luxembourg is taking a significant step towards becoming a leader in smart mobility and automotive innovation with the official opening of the Automobility Incubator at the 14-hectare Automobility Campus in Bissen.

The 40 million euros government-backed project, managed by Technoport, aims to support startups, scale-ups, and established global companies by offering cutting-edge office spaces, laboratories, and research facilities. This incubator will serve as a strategic platform for fostering sustainable mobility solutions in one of the most dynamic sectors globally.

Minister of Economy Lex Delles highlighted the importance of the incubator in Luxembourg's innovation strategy. He emphasized that the facility is a key element in the country's plans to stay ahead in the field of autonomous driving and sustainable mobility. *"Luxembourg has a card to play with autonomous driving, and this hub will help us stay ahead in this transformative field,"* Delles said during the inauguration. The incubator not only fosters innovation but also attracts international companies and fosters partnerships that accelerate the development of cutting-edge mobility solutions.

Starting in early 2025, the Automobility Incubator will welcome its first tenants: Pony.ai, a Chinese pioneer in autonomous driving technology; Right Energy, a company specializing in sustainable energy solutions; and Voltcore, known for its expertise in electric vehicle infrastructure. The incubator aims to create a collaborative environment where established companies and promising startups can interact, share ideas, and drive progress. *"This inauguration strengthens our role in building an integrated, effective, and internationally attractive innovation ecosystem. We're confident this site will evolve into a vibrant hub for mobility innovation,"* said Technoport CEO Diego De Biasio.

The incubator is designed with sustainability in mind, following circular construction principles and housing 2.100 m² of office space and 400 m² of R&D workshops. The campus also supports research in autonomous vehicles, smart infrastructure, and materials science. Companies already established at the site include IEE and Solarcleano, with global tire giant Goodyear planning to bring 350 employees to the campus by 2026.

The campus offers more than just physical space, it aims to build a dynamic ecosystem for the mobility industry. Mayor of Bissen, David Viaggi, stated that the incubator is creating a community where innovative ideas can thrive. The growing ecosystem in Bissen is set to become a launchpad for the mobility solutions of tomorrow.

With plans to attract more companies and foster collaboration, Luxembourg's Automobility Incubator is well on its way to positioning the country as a global leader in autonomous and sustainable mobility innovation.

PLUS D'ARTICLES
MEMBERS CORNER

MARBEHAN,
L'IMMOBILIER RENTABLE, SÛR ET ATTRACTIF

Marbehan, pôle immobilier d'avenir, accueille le nouveau quartier Prim'Vert.
Avec sa connexion rapide au Luxembourg et la proximité du futur hôpital, ce projet allie qualité de vie et valorisation à long terme, idéal pour les investisseurs en quête de rentabilité.

Développé par Equilis, Prim'Vert propose une offre résidentielle unique. Proche de la gare et des grands axes, ce quartier éco-conçu assure une mobilité facilitée vers le Luxembourg tout en garantissant un cadre de vie apaisant via son architecture contemporaine, son environnement verdoyant et ses espaces verts communs.

Investissez dès aujourd'hui !

Localisation idéale, accessibilité vers le Luxembourg, prix abordables... Prim'Vert représente une opportunité d'investissement à saisir sans attendre :

- **Valorisation immobilière et emplacement stratégique** Situé dans un secteur en plein essor, Prim'Vert répond à d'une demande croissante en logements. La proximité immédiate du futur hôpital Vivalia stimulera la demande locative et la valorisation des biens dans les années à venir.
- **Abordable** – Saisissez une opportunité rentable face aux prix élevés du Luxembourg. Avec des maisons 3 chambres dès 280.000€ hors frais et des appartements dès 199.000€ hors frais, profitez d'une occasion rare d'accéder à un bien neuf dans une région en forte croissance.
- **Accessibilité optimale vers le Luxembourg** – Proche de la gare de Marbehan et des axes autoroutiers, Prim'Vert permet un accès direct au Luxembourg en 35 mn. Un avantage décisif pour les travailleurs frontaliers en quête de confort.
- **Rentabilité garantie** – Investissez sans attendre et profitez d'un rendement garanti de 3 %*, assurant une rentabilité attractive et sécurisée.

Maisons 3 chambres
À partir de 280.000€*

Appartements
À partir de 199.000€*

Un investissement judicieux et pérenne à découvrir !

Investir dans Prim'Vert à Marbehan, c'est choisir un projet combinant potentiel de valorisation, qualité de vie et infrastructures d'avenir.

Pour plus d'informations et découvrir le projet Prim'Vert :

wimmobiliere.com

primVert
PARTAGER L'ESSENTIEL

MARC WAGENER

PHOTOVOLTAÏQUE : JOULE VEUT SE FAIRE UNE PLACE AU SOLEIL

TEXTE : JEAN-MICHEL CAVALLI
PHOTOS : EMMANUEL CLAUDE / FOCALIZE

Jeune et ambitieuse. Créée en 2024, la société Joule s'est positionnée sur le marché porteur des énergies renouvelables : *« Dans ce domaine, il y a encore beaucoup à faire »*, observe le fondateur Marc Wagener. Son ambition ? Démocratiser l'accès au photovoltaïque en commençant par éveiller les consciences sur la plus-value de cette solution énergétique durable.

1

2

Aéré, cosy et surtout très lumineux : le siège de la société Joule, basé à Junglinster, annonce la couleur. C'est dans cette atmosphère chaleureuse, au coin de son bureau, que Marc Wagener a pris le temps de parler de son sujet favori : la transition énergétique.

Pouvez-vous présenter vos activités ?

J'ai fondé la société en 2024, elle se compose aujourd'hui de cinq salariés. D'ici fin 2025, nous ambitionnons de doubler cet effectif. Cela constitue d'ailleurs un vrai défi car trouver des profils avec de l'expertise se révèle très complexe. Notre cœur de métier, c'est d'accompagner des projets individuels de transition énergétique. Nous œuvrons dans l'installation de panneaux photovoltaïques (PV) et de bornes de recharge électrique.

Qu'est-ce qui vous a amené à vous inscrire sur ce segment des énergies renouvelables ? Une prise de conscience personnelle ?

Je roule en voiture électrique, ma maison est équipée d'une installation solaire… Bien entendu, je suis sensible à la problématique environnementale. Avant de lancer Joule, je travaillais dans la gestion de bâtiments en France et au Luxembourg. J'étais donc déjà en contact avec le photovoltaïque et familier du secteur des énergies renouvelables. De mon point de vue, il faut faciliter l'accès à ces sources d'énergie alternative. Je dirais même que dans ce domaine, il y a encore beaucoup à faire. La première vague d'installations photovoltaïques remonte à quinze ans en arrière. Elle concernait surtout des particuliers qui avaient connaissance de cette technologie. Le profil des clients qui ont pris la deuxième vague était différent. Leur principale motivation se basait sur le subventionnement des panneaux photovoltaïques, à hauteur de 62,5 % du coût de l'installation. Cette subvention est retombée à 50 % depuis octobre 2024. Pour résumer, les gens souhaitent surtout profiter de l'aide financière. Mais investir pour investir ne me paraît pas être la bonne manière d'aborder les choses.

Justement, que préconisez-vous pour convertir le plus grand nombre aux bienfaits des énergies alternatives ?

Il faut expliquer, insister même sur la valeur ajoutée du photovoltaïque. Indépendamment des prix de l'énergie, cela représentera toujours une plus-value pour une maison. Dans le même temps, on s'inscrit dans une démarche vertueuse pour l'environnement. Le bon calcul consiste à miser sur une installation raisonnée, qui doit être adaptée

à la consommation du ménage et non à la surface de toiture disponible. Si l'on parle de chiffres, le retour sur investissement intervient en moyenne en 6 à 10 ans.

Quel est le coût moyen d'une installation solaire ?

Il faut prévoir entre 12.000 et 25.000 euros selon la taille de l'installation, ce qui revient entre 6.000 et 12.500 euros une fois la subvention déduite.

Vous l'avez dit, votre ambition vise à déployer cette énergie douce «pour tout le monde». Comment démocratiser son usage, notamment chez les locataires qui résident dans des immeubles collectifs ?

En développant des solutions innovantes, comme l'installation de panneaux solaires pour balcon. Nous proposons cette solution plug and play qui permet de produire de l'énergie via deux panneaux de 800 Wc (watt-crête). Nous aimerions également faire de la location de PV. Ce système de leasing fonctionne déjà très bien dans de nombreux pays européens.

Grande première au Luxembourg, vous avez développé un simulateur en ligne en capacité d'évaluer le rendement solaire d'une toiture. Cet outil novateur a-t-il trouvé son public ?

Même si les gens l'utilisent surtout pour comparer nos tarifs avec la concurrence, c'est tout de même une très bonne porte d'entrée pour promouvoir nos activités. Nous allons d'ailleurs très prochainement proposer une version améliorée de ce simulateur. Le nouveau système va intégrer le cadastre solaire, ce qui permettra d'affiner le potentiel de rendement de son installation.

La question de la fiabilité du photovoltaïque se pose encore pour certains. Quelles garanties donnez-vous à ceux qui font appel à vos services ?

Nous ne choisissons que des produits certifiés de très haute qualité et nous ne travaillons qu'avec un cercle restreint de deux, trois fournisseurs. Avant de parler de financement et du coût d'un projet, la relation avec le client s'établit toujours avec du conseil. Et nous sommes capable de dire «non». Si la sécurité de nos équipes n'est pas garantie, faute par exemple d'un échafaudage conforme, on ne fait pas le chantier. Si on pressent que l'installation ne sera pas rentable, on le dit aussi. La dimension esthétique doit encore être prise en compte.

3

Craignez-vous que le déplafonnement récent (au 1er janvier 2025) des prix de l'électricité n'ait un impact sur votre activité de bornes à recharge rapide ?

La voiture électrique, c'est un marché complexe qui peine à décoller. Peut-être est-ce dû au prix des véhicules ou aux rumeurs qui circulent sur la durabilité des batteries... À mes yeux, ce n'est pas le prix de l'énergie en tant que tel qui pose problème mais plutôt les tarifs pratiqués par certaines bornes de recharge publique. Certains prestataires les fixent librement sans informer les utilisateurs avec suffisamment de clarté. À titre personnel, lors d'un déplacement aux Pays-Bas, j'ai réglé 43 € pour une recharge de 2,6 kW dans une première borne et... 107 € pour 64 kW dans une autre. Comment expliquer ces prix ?

Votre société a également investi le champ de l'agri-photovoltaïque (PV installés en zone rurale, sur un champ ou un pré). Quel est son potentiel ?

L'agri-PV est en train de devenir un très beau marché, surtout lorsque l'installation se situe à proximité d'une zone industrielle ou artisanale. L'energy sharing (partage d'énergie), lorsqu'il se réalise à très courte distance, transite par le réseau de distribution sans frais de transport. Je viens de flécher 200.000 euros sur ce créneau.

D'avance, nos excuses pour cette question que les mauvais esprits se posent... Guère réputé pour son ensoleillement, le Luxembourg est-il une terre de photovoltaïque ?

Évidemment ! Il n'y a pas besoin de disposer du taux d'ensoleillement d'un pays du sud pour faire fonctionner une installation. Nous menons actuellement une étude visant à produire 500 Wc au camping . Dans cette opération, la rentabilité s'établit à 10 ans sans prendre en compte d'éventuelles subventions. Pour ce type d'activité, le PV, c'est idéal car leur saison d'ouverture correspond à celle du soleil.

Pour terminer, quel regard portez-vous sur le subventionnement des énergies renouvelables ? Pour fonctionner, ce marché est-il condamné à profiter d'aides gouvernementales ?

Je plaide pour un subventionnement plus « intelligent ». Quand on le fixe à 50 % ou 60 %, on achète une aide à défaut de s'intéresser à la production et au gain réels de l'installation. Selon moi, ce niveau de subventionnement devrait être modulable en fonction de la puissance énergétique produite et de ce qui est autoconsommé. Aujourd'hui, on reçoit la même subvention pour une toiture orientée nord et une toiture orientée sud...

1. Marc Wagener veut prendre de la hauteur avec sa société, spécialisée dans l'installation de panneaux photovoltaïques.

2. 3. Outre le photovoltaïque, Joule évolue également sur le terrain des bornes à recharge électrique.

PLUS D'ARTICLES
IT'S MY STORY

DONATO ROTUNNO

SE FAIRE UNE TOILE AVEC TARANTULA

TEXTE : CATHERINE MOISY
PHOTOS : EMMANUEL CLAUDE / FOCALIZE ET SVEN BECKER / ATELIER IMAGES POUR TARANTULA (PHOTO 3)

Entre *Terra mia*, premier film documentaire réalisé par Donato Rotunno en 1995 et *Horizonte* dernière production de la société Tarantula, révélée au public à l'occasion du Lux Film Fest 2025, 30 ans d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques se sont écoulés. Durant cette période, Donato Rotunno a réalisé 3 films de fiction et 10 documentaires, la société Tarantula a (co)produit environ 70 films et en a distribué une soixantaine via sa filiale Tarantula distribution.

1

Pourquoi avoir choisi Tarantula comme nom pour votre société alors que beaucoup de gens n'aiment pas les araignées ?

Le nom et le logo en forme d'araignée ont été choisis à l'origine par Marco Giusti qui avait fondé la société Tarantula à Londres. À l'époque il proposait surtout de l'habillage d'émissions de télévision. C'était le boum du digital, des logos animés et il fallait trouver une signature marquante. Le coup était d'ailleurs très réussi. Quand vous laissez chez des clients un dossier rouge avec araignée noire sur la couverture, il se remarque et on ne l'oublie pas ! Ce nom et ce logo ont vraiment été pensés pour leur impact visuel, qui ne se dément d'ailleurs pas aujourd'hui. J'ai rencontré Marco lors de l'un de mes premiers projets à l'issue de mes études de cinéma. Lorsque je l'ai rejoint et que nous avons créé Tarantula Luxembourg, notre idée était de rassembler des sociétés indépendantes au sein d'un réseau international sous une bannière commune. Nous avons gardé le nom Tarantula car la marque s'était révélée très efficace.

En 2011 Tarantula Luxembourg a créé une branche distribution et en 2013 vous avez contribué à la création du Filmland. Pourquoi ces deux développements ?

La distribution est la continuité naturelle de notre métier de producteur d'œuvres audiovisuelles. C'est le dernier maillon, celui qui consiste à emmener l'œuvre vers son public. Nous souhaitions que le public luxembourgeois puisse avoir accès aux films que nous coproduisions avec nos partenaires étrangers. Puis nous avons étendu ce service à d'autres œuvres non produites par nous mais qui rentrent dans notre « ligne éditoriale », des films à messages et des histoires humaines fortes.

La création du Filmland, en 2013, est le résultat de l'association de cinq sociétés de production dont Tarantula. Il devenait nécessaire de se doter de studios de tournage au Luxembourg car l'industrie se développait rapidement. Nous avons trouvé un investisseur privé qui a financé la construction de ces 4.000m² d'infrastructures. De leur côté, les cinq sociétés de production garantissent l'optimisation de l'utilisation des espaces et en assurent la gestion. Avant de pouvoir disposer de ce bel outil, les tournages étaient parfois compliqués par des conditions météorologiques capricieuses, par la difficulté de trouver des décors, de les sécuriser. Chacun était donc contraint de monter une sorte de PopUp studio pour ses propres besoins, qui était démonté à

l'issue du tournage. Maintenant nous pouvons mutualiser les ressources et le confort de travail pour les artistes et comédiens est grandement amélioré.

Comment intègre-t-on un réseau de sociétés de production ?

Les cinq premières années de Tarantula ont été pour moi des années d'apprentissage. Je devais apprendre à fabriquer des films, en commençant par des courts métrages avant d'aborder les longs, comme tous ceux qui débutent dans le cinéma. Avec ces premières réalisations, nous avons eu accès à des festivals et donc à des marchés. Pour me professionnaliser davantage, j'ai suivi des formations en production, à l'international, pour comprendre et apprendre le fonctionnement de cette profession. Dans les festivals et lors de ces formations, j'ai commencé à réseauter, car c'est l'un des objectifs de ces démarches. C'est grâce à cela que j'ai trouvé mes premiers partenaires. Puis j'ai eu la chance que le film *Une part du ciel* de Bénédicte Liénard, notre première production d'un long métrage de fiction, soit projeté à Cannes et les choses se sont enchaînées. Pour résumer, construire un réseau demande beaucoup de travail et d'investissement personnel. C'est aussi une histoire d'intuitions et surtout de rencontres humaines au bon moment… et de curiosité, qu'il faut entretenir en permanence.

Quelle est la plus grande préoccupation d'un chef d'entreprise dans le cinéma ?

Ce qui me préoccupe en tant que chef d'entreprise est la même chose que ce qui m'interroge en tant que citoyen ou père de famille, c'est ce qui se passe dans le monde. Car le contexte général peut impacter tous les aspects de notre vie. Nous produisons un cinéma qui est le reflet du monde et de la vie, avec son lot d'inquiétudes mais aussi d'espoirs. Nous coproduisons des films dans tout type de pays et nous sommes parfois confrontés à des contextes économico-politiques bien plus fragiles que ce que nous connaissons en Europe. Or, nous avons besoin de stabilité politique et économique pour réaliser des films car ce sont des projets qui s'étalent sur 3 à 5 ans et qui peuvent être mis en danger par un changement inattendu. Ainsi, quand je me lève le matin, je ne regarde pas les cours de la bourse mais plutôt ce qui se passe dans le monde, les résultats des élections dans tel ou tel pays, l'importance réservée à la culture dans tel autre pays où nous avons des projets etc. Nos gros financeurs sont pour la plupart des institutions publiques, qui elles-mêmes dépendent de décisions politiques. J'ai souvent observé que plus une société atteint un bon niveau de bien-être économique, plus la culture y a une bonne place. Mais dans le monde actuel, tout peut changer très vite !

2

Quels sont les défis de votre industrie ?

Le travail administratif est devenu asphyxiant. Entendons-nous, je suis absolument en faveur des réglementations, notamment européennes, car elles nous protègent. Mais il faut nous débarrasser des démarches trop lourdes et trop longues. La digitalisation va dans le bon sens, notamment tout ce que l'on peut faire grâce à *MyGuichet.lu* mais, selon moi, il y aurait moyen de réduire ce que j'appelle la *« contrôlite aiguë »*. Trop de pouvoir est donné aux contrôleurs, auditeurs, etc. Ils sont trop souvent le passage obligé entre les décideurs, les financeurs et les faiseurs que nous sommes. Nous aimerions plus de dialogue direct et plus de confiance.

3

1. Le bureau de Donato Rotunno regorge de souvenirs de 30 années de productions, tournages et distribution d'œuvres audiovisuelles fortes.
2. Donato Rotunno a fondé Tarantula Luxembourg en 1995.
3. Ivo Ferreira, réalisateur, Donato Rotunno, producteur et Theo Theodorides, assistant caméra sur le tournage de Projecto Global, drame historique qui se déroule au Portugal à la fin des années 1970.

PLUS D'ARTICLES
IT'S MY STORY

PIERRE HURT

L'OAI, 35 ANS PLUS TARD : LE REGARD DE PIERRE HURT SUR CE MONUMENT

TEXTE : JEAN-MICHEL CAVALLI
PHOTOS : LAURENT ANTONELLI / AGENCE BLITZ

L'Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils (OAI) est un monument robuste, ancré sur des fondations solides. Le directeur Pierre Hurt profite de ce 35e anniversaire pour revenir sur l'actualité de l'OAI et esquisser l'avenir.

1

Pouvez-vous nous rappeler le rôle et les missions de l'Ordre des Architectes et des Ingénieurs-Conseils ?

Avec une équipe formidable d'architectes et d'ingénieurs bénévoles, j'ai eu la chance de contribuer à la création de cet établissement d'utilité publique dès son origine. Dès le début, nous avons créé un Ordre commun des architectes et des ingénieurs-conseils. Par la suite, se sont greffés les architectes d'intérieur, les urbanistes, les paysagistes et les géomètres. C'est vraiment rare, en Europe, de réunir dans un seul ordre les six professions qui conçoivent le monde dans lequel nous vivons. Pour en revenir à la question initiale, la première mission de l'Ordre couvre le champ légal et déontologique. Toute personne qui veut exercer en tant qu'indépendant doit être inscrite au Tableau de l'Ordre. C'est un label de qualité pour le client, pour le maître d'ouvrage, de pouvoir s'appuyer sur une personne qualifiée, compétente, responsable et notamment indépendante. La deuxième mission de l'Ordre est professionnelle et sociétale. Nous défendons les intérêts et les droits légitimes de nos membres. Cela implique de négocier le cadre de travail de nos membres, tous les contrats types et de nous impliquer dans le processus législatif, pour assurer la prise en compte des expériences du terrain. Enfin, le troisième volet relève de notre action dans le domaine culturel. Nous avons une large panoplie d'activités qui se traduit par des initiatives (Bauhärepräis OAI, architectour.lu, guideoai.lu), l'organisation d'expositions, de tables rondes, etc. Développer notre culture du bâti, c'est la manière de l'OAI d'apporter sa pierre à cet édifice du vivre-ensemble.

En 35 ans, le visage du Luxembourg a considérablement changé d'un point de vue architectural. Quel regard portez-vous sur le développement urbanistique du pays ?

L'une des grandes particularités du Luxembourg, c'est de compter des architectes et des ingénieurs qui ont presque tous étudié à l'étranger. Cette polyvalence, ce multiculturalisme nous confère une énorme force. Les trois dernières décennies sont vraiment allées dans la bonne direction grâce à cette ouverture et à une grande réactivité. Si l'on prend par exemple toutes les directives européennes sur l'énergie, nous sommes en avance. D'un point de vue général, nous pouvons qualifier la qualité du bâti comme bonne. L'évolution est satisfaisante mais on peut s'autoriser cette critique: en raison du caractère hétéroclite du Luxembourg, il n'y a pas encore assez de cohérence dans notre aménagement du territoire et de l'urbanisme. Je ne parle pas de conformisme, mais j'insiste bien sur une plus grande cohérence

2

contextuelle qui pourra donner des réponses intelligentes et durables aux nombreux défis: climat, énergie, mobilité, logement...

Quels sont, selon vous, les principaux défis auxquels les architectes et ingénieurs-conseils luxembourgeois devront faire face dans les prochaines années ?

Le premier défi consiste à trouver des collaborateurs. Il y a une concurrence folle sur le marché du travail. Nos membres sont en concurrence avec l'État, les communes, les autres acteurs du privé... En parallèle, et c'est un regret, il n'y a pas assez d'étudiants qui se tournent vers le secteur de nos professions techniques. Le deuxième défi vise à rester fidèle au principe fondamental de l'Ordre, à savoir garantir l'indépendance professionnelle de nos membres. En Europe, il y a une tendance qui mène à l'investissement de grands groupes dans des cabinets. Sur ce point, notre position est ferme : la majorité du capital d'un bureau d'architectes ou d'ingénieurs-conseils doit être détenu par les personnes qui exercent la profession, qui ont le diplôme, et qui ont cette responsabilité sociétale qui est inscrite dans la déontologie. La nouvelle loi qui portera sur l'Ordre – qui devrait être promulguée en 2025 – va dans cette direction. Enfin, un autre grand défi conduit à la nécessité de simplifier, de digitaliser et de fluidifier le carcan administratif. Il faut cette simplification pour donner plus de créativité, de liberté, pour créer de la qualité. L'Ordre propose la sobriété heureuse: *« less is more if less is quality and health »* (*« Moins, c'est plus, si moins est synonyme de qualité et de santé »*).

Comment l'OAI aborde-t-il les défis liés à l'urbanisation croissante et à la densité urbaine au Luxembourg ?

Une densité bien planifiée mène à un habitat qualitatif. Et la densité ne peut être qualitative que si elle s'intègre dans un espace public bien pensé. Cela nécessite de soigner les espaces verts, d'accompagner la mobilité douce pour un vivre-ensemble résilent. Il faut densifier dans des endroits stratégiques desservis par les transports en commun selon le programme directeur de l'aménagement du territoire.

Quels sont les projets futurs ou les initiatives que l'OAI prévoit de lancer pour soutenir ses membres et promouvoir l'architecture et l'ingénierie de qualité au Luxembourg ?

Simplifier et standardiser le cadre de travail : il faut savoir que jusqu'à présent, nous avons une multitude de contrats types, dix-neuf très précisément, avec l'État, les communes et les établissements publics. Nous sommes en train de mettre en place un nouveau contrat type via le CRTIB qui décrira, en détail, les missions de base de nos membres. Organiser les procédures d'attribution des missions à nos membres est aussi une de nos priorités : un guide QBS *(Quality / Qualification based selection)* sera publié sous peu. Ensuite, nous poursuivons notre méthodologie de construire ensemble, à savoir MOAI.LU, maîtrise d'oeuvre OAI, assurant une collaboration intégrale et coordonnée des concepteurs avec les autres acteurs. En outre, notre collaboration avec la House of Training de la Chambre de Commerce en matière de formation continue sera encore accentuée.

Perspectives futuristes: selon vous, quel visage aura le Luxembourg dans 35 ans?

Si je devais me projeter, je ferais référence au processus *Luxembourg in Transition* (LIT). À mes yeux, il faudrait rebaptiser ce LIT en GRIT pour *Grande Région In Transition*. En matière d'aménagement du territoire comme dans d'autres domaines – et la crise du Covid nous l'a démontré avec la santé –, le Luxembourg doit être un des pôles de cette grande région et moteur vers la résilience, la circularité dans la création de notre cadre de vie.

Une question devenue incontournable: quelle place occupe l'intelligence artificielle dans vos métiers ?

Nos membres utilisent cette technologie. Des formations sont mises en place. Pour l'IA, il s'agit de ne pas commettre les mêmes erreurs qu'avec les réseaux sociaux. A savoir ne pas déroger au respect de la propriété intellectuelle et des droits d'auteur ainsi qu'au principe de l'open source. Surtout, il faut un cadre et un contrôle rigoureux par les pouvoirs publics car l'IA a le même impact systémique voire vital que l'eau, l'air, etc.

Pour finir, quels messages aimeriez-vous partager avec nous ?

L'acte de construire est la concrétisation la plus forte de nos valeurs communes. Qui construit, construit pour nous tous. D'où l'importance de partager cette responsabilité sociétale des maîtres d'ouvrage avec des concepteurs indépendants.

3

L'OAI EN CHIFFRES

- 800 bureaux (toutes professions confondues) établis au Luxembourg
- 200 bureaux étrangers exerçant occasionnellement au Luxembourg
- 6.000 personnes employées dans les bureaux établis au Luxembourg
- 72 % des bureaux établis au Luxembourg sont composés de 1 à 5 personnes.

Infos sous www.oai.lu

1. Le directeur Pierre Hurt mesure le chemin accompli depuis la fondation de l'OAI.
2. 3. Le siège de l'Ordre, implanté en plein coeur de la capitale luxembourgeoise.

PLUS D'ARTICLES
IT'S MY STORY

ÄERD LAB

L'IMPRESSION 3D APPLIQUÉE À L'ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR

TEXTE : CATHERINE MOISY
PHOTOS : EMMANUEL CLAUDE / FOCALIZE

Äerd Lab, société créée en 2021 par Angelika Bocian-Jaworska, s'est spécialisée dans l'impression en 3D de briques de construction et d'éléments décoratifs en argile.

Le point fort d'Äerd Lab est d'avoir constitué une équipe de talents complémentaires en architecture, science des matériaux et design, pour proposer une gamme de beaux produits ayant des propriétés inédites. Présentation d'un *Women Tech Business* durable !

1

Pouvez-vous nous raconter votre parcours avant la création d'Äerd Lab ?

Je suis architecte de formation et je me suis toujours intéressée à la dimension durable. Pour compléter mon cursus, j'ai donc cherché une formation dans ce domaine précis et je l'ai trouvée à l'université du Lichtenstein. Là, la dimension durable était très présente mais l'enseignement de l'architecture en tant que tel était très traditionnel. Je suis ensuite partie suivre un semestre à Shanghai et là, c'était tout le contraire, l'architecture était ultra-moderne mais la dimension durable était quasi absente. J'ai eu envie de prendre le meilleur de ces deux types d'enseignement pour inventer mon propre style et imaginer des espaces conçus pour les humains. J'ai enfin mis une dernière touche à ma formation en étudiant les matériaux imprimés à *l'Institute for Advanced Architecture of Catalonia,* situé à Barcelone.

Vous avez donc beaucoup voyagé. Pourquoi avoir finalement créé votre société au Luxembourg ?

Mon mari a trouvé un travail ici, dans le secteur spatial, et je l'ai suivi. J'ai d'abord travaillé un an dans un cabinet d'architecture puis j'ai eu envie de créer ma propre structure. Je l'ai appelée Äerd Lab car *Äerd* signifie *Terre* en luxembourgeois et que c'est mon matériau de base. J'ai commencé par produire de la vaisselle imprimée en 3D en argile, ce qui était précurseur il y a quatre ans quand j'ai démarré. Étant architecte, mon rêve était d'appliquer la technologie de l'impression 3D à l'architecture. Il y a deux ans, j'ai gagné le concours *Circular by design Challenge* organisé par Luxinnovation, avec une proposition de meubles fabriqués à partir de modules imprimés en argile. À ce moment-là, il fallait cuire les éléments imprimés pour leur donner leur rigidité et leur solidité. Or, la cuisson est une étape qui consomme énormément d'énergie. Ce procédé ne me semblait pas conforme à mon souhait de proposer des produits durables. J'ai donc fait des recherches pour trouver un additif qui, ajouté à l'argile, permet de solidifier celui-ci par un simple séchage sans cuisson. Et j'ai trouvé que la meilleure solution est d'ajouter de la poudre de coquille d'œuf, matière issue d'un déchet alimentaire qui se trouve facilement et en grande quantité au Luxembourg. Une fois le mélange idéal mis au point, j'ai eu l'idée de créer des briques standard prêtes à être assemblées pour créer des meubles *(ceux-ci sont exposés au Pavillon luxembourgeois d'Osaka 2025 et sur le Luga, ndlr).* Ensuite, le programme d'accélération *Fit 4 Start* de Luxinnovation, nous a encore donné un bon coup de pouce.

Grâce à lui, nous avons réussi une belle levée de fonds, qui nous a permis d'acheter une plus grosse machine et d'embaucher. Actuellement, nous sommes six personnes au sein d'Äerd Lab, moi-même, deux ingénieures matériaux, une designer, un ingénieur mécanique junior et un responsable de laboratoire et de production.

De quelles autres aides avez-vous bénéficié ?

Nous sommes aussi accompagnés par le Luxembourg City Incubator (LCI). Nous l'avons choisi car il nous a semblé très actif et avec une belle complémentarité des startups hébergées. Nous y avons un bureau, en complément de notre local principal de Hamm où se trouve notre atelier. Nous allons chaque semaine au LCI pour suivre le programme de mentoring, pour nous rapprocher de l'écosystème des startups du Luxembourg, nouer des contacts intéressants et ne pas être isolés. L'équipe du LCI est très disponible pour répondre à toute sorte de problèmes auxquels une startup peut être confrontée. L'avantage de faire partie de ce réseau est aussi de pouvoir participer à des délégations luxembourgeoises sur des salons internationaux inspirants comme Smart City Expo, ChangeNOW ou Pollutec-Lyon.

Quels sont les aspects les plus innovants des briques que vous fabriquez par rapport à des briques traditionnelles ?

La première chose est que l'impression 3D permet d'être très libre sur le design et les formes que nous voulons pour un objet. Nous avons donc la possibilité de personnaliser les productions à la demande de nos clients et la modélisation 3D nous permet en outre de prévisualiser le résultat.

De plus, nous utilisons la quantité exacte de matière nécessaire pour la fabrication d'un objet. Il n'y a ni déchets, ni chutes. Au contraire, nous utilisons comme matière première de l'argile issu de déchets de matériaux de construction. Nous sommes donc complètement dans une logique vertueuse d'économie circulaire, renforcée par le fait que nos briques peuvent s'assembler et se désassembler aussi facilement que des LEGO® et sont donc réutilisables.

Un autre avantage très appréciable de nos briques réside dans le fait qu'elles garantissent une très bonne isolation phonique. En effet, elles sont creuses et leur forme intérieure s'avère être un très bon isolant acoustique. Ces briques sont donc intéressantes pour concevoir les parois de pièces où cette isolation est nécessaire, comme dans des écoles de musique, des crèches, des lieux de travail, des restaurants etc... Le nombre d'application est potentiellement très important, surtout que nous pouvons ajouter une dimension esthétique là où elle est souvent absente des solutions existantes.

Quelles sont vos perspectives pour l'avenir ?

Nous espérons une nouvelle levée de fonds pour pouvoir investir dans de nouvelles machines et monter la production à 300 briques par jour dans un premier temps. Nous allons continuer la recherche sur les matériaux pour rendre ceux-ci toujours plus résistants, notamment à des conditions de plein air. Il faut trouver les bons additifs pour que la matière reste assez liquide pour être imprimable tout en pouvant sécher naturellement rapidement. J'estime que nous sommes encore dans la phase de démonstration du potentiel de nos produits mais, à terme, je souhaiterais pouvoir vendre notre solution sous forme de licence pour attaquer les marchés internationaux. J'imagine que nous franchirons cette étape à un horizon de 5 à 10 ans. La phase de croissance que nous allons aborder est réputée délicate. Il faut renforcer sa visibilité, créer de la demande et acquérir des clients tout en faisant grandir les capacités de production à un rythme ni trop rapide, ni trop lent.

1. Angelika Bocian– Jaworska, architecte polonaise a toujours souhaité associer l'architecture avec le développement durable. Äerd Lab lui permet d'atteindre cet objectif en fabricant des briques selon le principe de l'économie circulaire.

2. 3. La terre qui sert à alimenter les imprimantes 3D est issue de déchets de chantiers.

4. La forme creuse des brique Äerd Lab leur confère une excellente capacité d'isolation acoustique.

PLUS D'ARTICLES
IT'S MY STORY

2

3

4

1

2

SONIA MACHADO

ITINÉRAIRE D'UNE EX-APPRENTIE DEVENUE TUTRICE

TEXTE : CATHERINE MOISY
PHOTOS : EMMANUEL CLAUDE / FOCALIZE

Sonia Machado est toute jeune mais elle a déjà une solide expérience dans la vente. Passionnée par son métier, elle s'investit dans la formation de ses jeunes collègues en apprentissage de Conseiller en vente, via son rôle de tutrice qui lui tient très à cœur.

Sonia Machado travaille dans la boutique Stitch de la Grand Rue depuis sept ans déjà. Elle était apprentie vendeuse les trois premières années et est désormais *shop manager*. Elle apprécie les produits, la belle architecture du magasin dans l'un des plus vieux immeubles du centre-ville et la bonne ambiance qui règne dans l'équipe, en partie grâce à son management bienveillant et pédagogique. Entretien avec une passionnée, devenue tutrice après avoir elle-même appris la vente grâce à l'apprentissage.

À quel moment de votre parcours vous êtes-vous intéressée à l'apprentissage ?

Durant mes études au lycée Michel Lucius, j'avais choisi l'option commerce mais j'ai arrêté le lycée à 18 ans, pour raisons personnelles. J'ai commencé à travailler immédiatement dans une boutique du centre-ville. À cette époque, je fréquentais Stitch en tant que cliente car le magasin où j'étais employée était tout proche. À un moment donné, je me suis posé la question de reprendre mes études mais je ne me voyais pas retourner sur les bancs de l'école dans une formation classique car j'avais déjà goûté à la vie active et à l'indépendance financière. Donc j'ai envisagé l'apprentissage. Malheureusement, mon employeur n'avait pas le statut d'entreprise formatrice. J'ai eu l'idée d'envoyer mon CV à Stitch dont j'aimais les produits et où l'on m'avait dit qu'un poste était vacant. La direction de Stitch m'a non seulement proposé le poste mais m'a aussi spontanément parlé de le faire en tant qu'apprentie, ce qui correspondait parfaitement à mon souhait. J'ai donc signé un contrat d'apprentissage de 3 ans avec l'enseigne. Comme il s'agissait d'un apprentissage adulte, je n'ai subi aucune baisse de salaire par rapport à mon emploi précédent.

Comment avez-vous entendu parler de l'apprentissage la toute première fois ?

Au lycée, on nous en avait parlé en classe de 7e. Il y avait des classes préparant au Diplôme d'Aptitude Professionnelle (DAP) dans mon établissement scolaire. Grâce à cela, je savais que l'on pouvait préparer un diplôme tout en travaillant mais je m'y suis intéressée davantage plus tard, quand j'ai commencé à travailler.

Est-ce que vous avez hésité à vous engager dans ce type de formation ?

Oui, un peu, car je venais d'obtenir un CDI à plein temps chez mon premier employeur. C'était donc un risque de quitter cette sécurité pout un projet de formation. Je n'étais pas complètement sûre de réussir les nouvelles études que j'allais entreprendre. Il y avait donc une certaine dose d'incertitude.

Mais mon entourage m'a encouragée à essayer et heureusement tout s'est très bien passé. Rétrospectivement, je n'ai aucun regret d'avoir pris ce risque, bien au contraire.

Avez-vous été embauchée immédiatement à l'issue de votre apprentissage ?

En fait, dès le départ, c'était l'intention de mon employeur, à condition qu'il soit satisfait de mon travail et que moi, je souhaite poursuivre dans la vente. Il faut savoir que l'apprentissage permet d'évoluer. Après un DAP de conseiller en vente on peut continuer en préparant un Diplôme de Technicien (DT) en vente et gestion qui donne des compétences supplémentaires en logistique et en administration/digitalisation d'un commerce, avec des cours sur les commandes, la gestion des stocks, les aspects comptables et financiers, le suivi des statistiques de vente, etc. C'est très intéressant. Quand on a déjà un DAP, on peut décider d'ajouter ce cursus à tout moment de sa carrière.

Quels avantages voyez-vous à suivre une formation en apprentissage ?

C'est une très bonne façon d'approfondir les connaissances qu'on acquiert sur le terrain, dans des domaines variés, qu'il s'agisse de l'accueil des clients, de certaines notions juridiques, de la façon de gérer une plainte etc. Personnellement cela m'a permis d'acquérir une plus grande confiance en moi et de me sentir vraiment bien dans le monde du travail. J'ai ajouté l'option textile à partir de la deuxième année de ma formation et du coup je connais aussi beaucoup mieux les produits.

On le voit vous êtes convaincue par l'apprentissage. Vous êtes d'ailleurs devenue tutrice d'apprentis. Quels conseils donneriez-vous à des jeunes qui hésiteraient à choisir ce type de formation ?

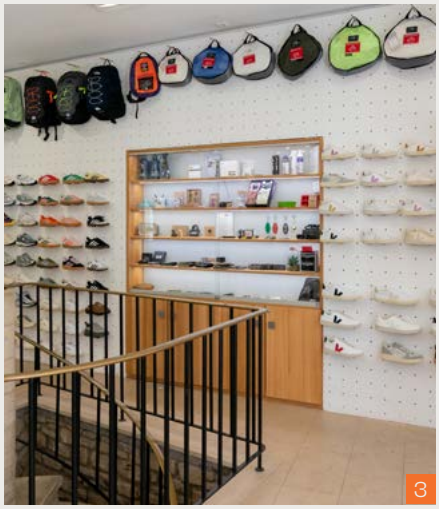
D'une manière générale, je conseillerais aux jeunes de multiplier les stages et les jobs d'été pour découvrir le monde du travail dans différents secteurs. Durant ces expériences, il ne faut pas hésiter à poser beaucoup de questions aux adultes qui vous entourent. Concernant l'apprentissage, je pense qu'il ne faut pas écouter les idées reçues. On entend encore parfois qu'il s'agit d'une voie pour les personnes en échec scolaire. Or, ce n'est pas du tout le cas. Les apprentis obtiennent de bons emplois à l'issue de leur parcours ; ils ont de belles perspectives de carrière et peuvent même devenir indépendants et lancer leur propre affaire. Heureusement, les opinions concernant l'apprentissage sont en train de changer, notamment parce qu'il y a de plus en plus de choix de professions différentes que l'on peut préparer grâce à ce type de formation. Je pense aussi que le système scolaire dans son ensemble a compris qu'il s'agit d'une vraie voie pour les jeunes qui sont moins à l'aise dans un cadre d'enseignement classique. De plus, il existe des passerelles entre l'apprentissage et d'autres formations supérieures. Donc il ne faut pas hésiter à essayer et à se faire sa propre opinion sur ce mode de formation.

Qu'est-ce qui vous plait le plus dans la vente ?

Chaque jour est différent. Il y a la nouveauté des produits, il y a de très belles rencontres avec les clients. Parfois plusieurs membres d'une même famille deviennent des clients fidèles. Et surtout, j'ai la chance d'avoir une super équipe. Le fait d'être tutrice rajoute un intérêt supplémentaire à mon travail. J'ai suivi la formation pour tuteur en étant l'une des plus jeunes de la promotion mais mon expérience d'ex-apprentie a beaucoup intéressé les autres participants. Il y a beaucoup de travaux en groupe durant cette formation. Je la recommande vraiment car on y acquiert une vraie compétence managériale.

Quel est votre moment préféré dans la vie du magasin ?

J'aime les journées de grande affluence lorsque nous réalisons un bon chiffre d'affaires, surtout quand les clients sont souriants et de bonne humeur. C'est souvent le cas quand il fait beau ! J'aime aussi les photos shooting que nous réalisons pour les réseaux sociaux. Et j'aime voir nos apprentis progresser et réussir.


3

4

1. Sonia Machado travaille à la boutique Stitch de la Grand-Rue à Luxembourg ville depuis 7 ans. D'abord apprentie pendant 3 ans, elle est maintenant shop manager et est devenue tutrice pour encadrer les nouveaux apprentis de l'enseigne.

2. 3. Le magasin Stitch propose une sélection de vêtements, accessoires et chaussures d'esprit sportswear pour une clientèle jeune ou moins jeune. Il est ouvert de 10h00 à 18h30, du lundi au samedi.

4. Les tâches à accomplir dans un magasin de vêtements sont très variées. Il faut avant tout apprécier le contact avec la clientèle.

Pour en savoir plus sur l'apprentissage, vous pouvez télécharger ou commander le Guide pratique « *Apprentissage : une relation WinWin pour l'entreprise et l'apprenti* », édité par la Chambre de Commerce

PLUS D'ARTICLES IT'S MY STORY

HITEC LUXEMBOURG

ORIENTÉE MARCHÉ, CENTRÉE CLIENT ET AXÉE TECHNOLOGIE

TEXTE : CORINNE BRIAULT / HITEC LUXEMBOURG
PHOTOS : LAURENT ANTONELLI / AGENCE BLITZ (PHOTO 2) ET HITEC LUXEMBOURG

L'histoire d'HITEC commence en 1986 à Junglinster, dans un garage. Sa principale activité est alors tournée vers le développement d'instruments de mesure physique pour l'industrie du caoutchouc et l'automatisation de machines de production. Aujourd'hui, HITEC Luxembourg est présente sur tous les continents et offre un large spectre de services et de produits allant de l'industrie spatiale et satellitaire (par exemple, les antennes pour le programme européen Galileo), aux réseaux routiers (par exemple, les installations du système CITA - Contrôle et Information du Trafic Autoroutier) ou à l'aide humanitaire (partenariat avec *emergency.lu)* où les produits NoSaCo, système nomade de communication, sont régulièrement utilisés dans les zones en crise afin de rétablir les communications à la suite d'une catastrophe ou d'une urgence humanitaire. Entretien avec Yves Elsen, président du conseil et Philippe Osch, Chief Executive Officer. (Visite du 31 janvier 2025)

1

Vos projets actuels ?

Un de nos projets phares pour la fin de l'année 2025 - début 2026, sera la mise en service au Luxembourg de l'une des premières antennes optiques pour les communications laser par satellite et la réception de clés quantiques en Europe. Ce nouveau type d'antenne émane d'une collaboration entre HITEC et des partenaires nationaux et internationaux. Les domaines d'application de l'antenne proposée ne seront pas limités aux communications par satellite, mais aussi à la réception de clés quantiques, une autre technologie révolutionnaire qui deviendra bientôt indispensable pour protéger les futures communications terrestres ou satellitaires sensibles. Ce projet aura des implications dans des domaines tels aussi variés que que les télécommunications, la cybersécurité, la résilience spatiale, la défense ...

Pour HITEC, le succès se mesure à la hauteur de la satisfaction des clients et l'indicateur le plus fiable de ce succès est leur fidélité, comme Goodyear, client fidèle depuis 1986, et le Groupe SES, avec lequel nous travaillons depuis les années 1990, ou des groupes internationaux comme Airbus Defence & Space (ADS) et Thales Alenia Space (TAS), où notre adhésion aux normes et systèmes QHSE (Qualité, Santé, Sécurité et Environnement) est une condition préalable à la poursuite de nos activités.

Quelles différences par rapport à la concurrence ?

Comme expliqué précédemment, HITEC Luxembourg opère dans des domaines industriels dans lesquels il est crucial d'être agile, curieux et novateur. Mais avoir des compétences et des idées innovantes ne suffit pas si l'on n'est pas professionnels et que les clients n'y trouvent pas leur compte. L'un des principaux atouts de notre entreprise reste, outre la diversité de son personnel, le transfert d'expertise interne entre les différents domaines d'activité afin de promouvoir les idées et les nouveaux développements. De plus, nous avons de nombreuses interactions avec les centres de recherche ainsi qu'avec l'Université, le ministère de l'Économie et ses services dans le domaine des technologies, ce qui nous permet d'être plus efficients. Aujourd'hui, HITEC Luxembourg compte plus de 50 employés et va continuer de recruter. Nous apportons une attention toute particulière à l'attraction des jeunes talents que nous soutenons dans leur formation, par exemple en participant au projet

Hello Future de la FEDIL, aux journées de *Job Shadow* et aux stages d'ingénierie organisés par le JEL - Jonk Entrepreneuren Lëtzebuerg. La promotion des métiers scientifiques est également très importante, et dans ce cadre, nous nouons des contacts avec l'ANEIL et l'asbl IngSci.

Par ailleurs, créer et maintenir un environnement attractif et stimulant pour nos employés et dirigeants est également très important. De nombreux employés sont impliqués dans la recherche et le développement de diverses manières. Sur le site d'HITEC Luxembourg, il existe une infrastructure de laboratoire où les nouvelles idées et les nouveaux produits en cours de développement sont testés. Nombre de nos employés participent également à des groupes de travail nationaux et internationaux et sont impliqués dans des institutions et des organisations pour stimuler le développement de l'industrie. Puis, un accent particulier est mis sur l'entrepreneuriat, qui fait partie intégrante de l'ADN d'HITEC.

Les difficultés rencontrées dans votre activité ?

Certainement les mêmes que celles rencontrées par d'autres entreprises basées au Luxembourg : la surrèglementation, les défis liés à tout ce qui touche à l'Intelligence Artificielle, le recrutement de main-d'œuvre qualifiée, puis la rétention des salariés, et la disponibilité et l'accessibilité au logement pour nos collaboratrices et collaborateurs venant d'au-delà de la Grande Région. Concernant le recrutement des talents, HITEC collabore depuis une vingtaine d'années à

2

plusieurs niveaux avec le milieu éducatif, du fondamental aux filières BTS, Bachelor et Master, par exemple, en organisant des visites d'entreprises pour les lycéens, des stages, et en initiant des thèmes pour les travaux diplômants.

Enfin, il y a également la situation géopolitique actuelle qui peut avoir des incidences sur les exportations vers certains marchés hors Europe. Pour que les produits et services des PME, qu'elles soient nationales ou européennes, continuent à avoir un libre accès aux marchés internationaux, pour maintenir une certaine souveraineté de l'Europe et continuer à créer des emplois et de la richesse, il nous sera indispensable de parler d'une seule voix. Dans cet optique, des institutions comme la Chambre de Commerce ont un rôle clé à jouer dans l'intérêt de leurs membres.

3

Un indispensable pour entreprendre ? Une source d'inspiration ?

À HITEC Luxembourg, notre conception de l'entrepreneuriat vise à créer une communauté dynamique et collaborative au service du client qui encourage la croissance personnelle et professionnelle de nos salariés. Nous considérons que l'entrepreneuriat est le moyen le plus efficace pour stimuler l'innovation, créer des emplois et améliorer la compétitivité économique. Notre objectif est de promouvoir un modèle d'entrepreneuriat qui favorise la collaboration entre les acteurs du secteur et qui vise à mettre en œuvre des solutions innovantes pour les défis locaux et internationaux. L'entrepreneuriat offre une opportunité aux personnes à tous les niveaux de l'entreprise, de tous âges, origines culturelles et backgrounds (diversité), et nous sommes déterminés à fournir les ressources et les opportunités nécessaires pour les aider à réaliser leur potentiel d'entrepreneur.

Le meilleur moyen de dépenser 30 euros ?

Afin de favoriser le dialogue, offrir un café avec viennoiserie pour échanger.

1. Les produits NoSaCo (système nomade de communication) sont régulièrement utilisés dans les zones en crise afin de rétablir les communications à la suite d'une catastrophe ou d'une urgence humanitaire.

2. (De g. à dr.) Philippe Osch, Chief Executive Officer, HITEC ; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce et Yves Elsen, président du conseil, HITEC.

3. Antennes à battement complet et à battement réduit se trouvant sur le site ESA à Redu en Belgique.

PLUS D'ARTICLES
IT'S MY STORY

CERATIZIT

SUSTAINABLE AS MUCH AS POSSIBLE

TEXT : CERATIZIT
PHOTOS : ANOUK FLESCH

CERATIZIT, formerly CERAMETAL, was founded in 1931 by Dr Nicolas Lanners in Bereldange, Luxembourg. In 2002, the owners of CERAMETAL entered a joint venture with the Austrian company Plansee Tizit, which was owned by the Schwarzkopf family. Since June 2021, the company has been wholly owned by the Schwarzkopf family. CERATIZIT is active in a wide range of industries, from automotive to construction, medical, semi-conductor, defence, jewellery, steel, oil & gas, aerospace, general machining, food and beverage packaging, recycling, woodworking, hygiene, agriculture, mining, glass and many more. The entire Plansee Group counts 11.000 employees, 7,000 employees working at more than 30 production sites for CERATIZIT across the globe and 1000 in Luxembourg. Interview with, Frank Thomé, Member of the Executive Board. (Visited 07 February 2025)

Future projects?

The switch to green hydrogen, which is generated using electrolysis with green electricity from sustainable sources, is an important component of our sustainability and decarbonisation strategy. As part of our efforts in this area, we are participating in the Luxembourg Hydrogen Valley (LuxHyVal) project.

What makes you different from your competitors?

We are one of the world's top 4 manufacturers of tungsten carbide tools. Compared to our competitors, we have an extremely large product portfolio, which helps us to serve a diverse and broad range of industries, thus increasing our resilience.

We are also unique in that we are fully vertically integrated and largely independent of external suppliers: we cover the entire supply chain from raw material to finished product. To produce tungsten carbide or hard metal, you can start from tungsten-bearing ore or by recycling secondary materials. We have interests in Western mines and operate a company that collects approximately 30% of the world's secondary tungsten materials. Our conversion facilities can produce ready-to-use tungsten powders from both sources. This allows us to have a raw material free supply chain in China and due to our high recycling rate, we are in a unique position to offer products with a very low carbon footprint.

We are committed to being a highly sustainable business and to achieving net zero carbon emissions by 2040. This in turn enables us to engage in new sustainable business models, be an attractive employer of choice and protect our environment as much as possible.

What are the biggest challenges you're facing ?

More than 60% of our operations are in Europe, mainly Germany, and 30% of our sales are directly related to the automotive industry. This is particularly challenging because Europe has very high energy and labor costs, making it very difficult to compete on a global scale. In addition, the automotive industry in Europe is facing strong headwinds.

In our portfolio we have nearly 100,000 different metal cutting tools, which are part of our core product offering. With the electrification of the automotive sector, car manufacturers need less of our cutting tools compared to traditional internal combustion engines.

In Asia, through our Taiwanese joint venture, we employ around 2,000 people in China and Taiwan, and here, unlike in the West, we are in a deflationary environment, which is having a negative impact on profit margins.

In this very challenging environment, we are forced to shift more and more production capacity to Eastern Europe and other low-cost countries such as India, where we already have a strong presence.

What's the key to being a successful entrepreneur?

As an entrepreneur, you have to seize opportunities as they arise. We need to be at the forefront of innovation and embrace new technologies such as AI, but we also need to anticipate global market trends.

At the moment, it is extremely difficult to fol-

low global trends such as the current geopolitical tariff war between the US and China, but also Mexico, Canada and Europe. These policies are so volatile that hardly anyone can anticipate them.

A source of inspiration?

We are inspired by our founding families, the Lanners and Wolters of Luxembourg and the Schwarzkopf family of Austria. They have driven the business forward with the right amount of risk-taking, while building a solid foundation of innovative solutions and retaining talented people who are willing to give their all. This is part of the secret to long-term success.

The best way to spend 30 euros?

In a good restaurant !

In another life, you would ...?

My biggest personal and professional growth experience was when I went to China in 2001 and stayed there for about 8 years. It was a decision I have never regretted. I would encourage any young person to live and work abroad to fully immerse themselves in different cultures and learn from the richness of doing things in different ways. If I were to be reborn, I might want to live in India to learn from their deeply spiritual way of life.

1. (From l. to r.) Andreas Olthoff, managing director CERATIZIT; Laurent Federspiel, director of Data & AI Plansee Group; Adrien Zoda, director of Global Sales Hard Material Solutions; Frank Thomé, member of the executive Board CERATIZIT; Carlo Thelen, CEO, Chamber of Commerce; Carine Maitzner, Business Development coordinator, Chamber of Commerce; Philippe Alzin, director of CERATIZIT.

2. 3. 4. CERATIZIT is active in a wide range of industries, from automotive to construction, medical, semi-conductor, defence, jewellery, steel, oil & gas, aerospace, general machining, food and beverage packaging, recycling ...

PLUS D'ARTICLES
IT'S MY STORY

FUJITSU LUXEMBOURG

OFFRES DE SERVICES À TIROIRS

TEXTE : CORINNE BRIAULT
PHOTOS : LAURENT ANTONELLI / AGENCE BLITZ

Fondée en 1935, Fujitsu, entreprise technologique japonaise, est reconnue comme l'un des leaders mondiaux de solutions informatiques et de services numériques. Fujitsu accompagne les entreprises et les organisations publiques dans leur évolution vers un monde plus connecté et durable. Fujitsu Luxembourg, filiale du groupe, s'inscrit pleinement dans cette dynamique en proposant des solutions adaptées aux besoins spécifiques du marché luxembourgeois. Avec une expertise couvrant, entre autres, les domaines du cloud, de l'automatisation intelligente, du low-code et de la cybersécurité, elle accompagne les entreprises locales et européennes dans leur transformation digitale, tout en mettant un accent particulier sur l'innovation et la durabilité. Fujitsu compte 125.000 employés à travers le monde, principalement au Japon et quelque 200 collaborateurs travaillant au Luxembourg. Entretien avec Cédric Jadoul, managing director, Fujitsu Luxembourg. (Visite du 28 février 2025)

1

Vos projets actuels ?

Dans un premier temps, il faut préciser que Fujitsu Luxembourg dispose d'un large portefeuille de services, de solutions et de produits technologiques, qui lui permet d'accompagner ses clients dans leur transformation digitale. Nous travaillons sur une approche globale en leur apportant des solutions qui les aident tout au long de leur parcours vers la digitalisation, à l'échelle de l'entreprise. Cette approche tourne ainsi autour de trois grands axes : l'Intelligence artificielle (IA), la modernisation applicative (mise à jour des outils et applications) et la sécurité (cybersécurité). Pour tout ce qui concerne l'Intelligence artificielle, nous travaillons par étapes avec nos clients, de la définition de leur stratégie IA, pour identifier par exemple les usages qu'ils en font, jusqu'à l'assistance dans la mise en œuvre de la solution adaptée à leurs usages quotidiens, en passant par des ateliers pour démystifier le sujet. Pour la modernisation applicative, le principe est le même, il s'agit de définir avec les clients la meilleure expérience possible avec nos équipes spécialisées *customer journey*, pour aider leurs

2

différents métiers à améliorer leurs performances et leur agilité. Aujourd'hui, même si les technologies sont de plus en plus sophistiquées, elles doivent rester simples d'utilisation. Tous ces axes sont évidemment liés aux problématiques essentielles que sont la sécurité et la cybersécurité. Grâce à notre approche, nous pouvons guider nos clients de bout en bout à travers cette complexité, en offrant une méthodologie complète pour les accompagner sur la voie du changement et vers une utilisation efficace de l'IA, en toute sécurité en intégrant leurs stratégies.

Quelles différences par rapport à la concurrence ?

Notre approche consultative pragmatique est un gros différenciateur. Nous projetons une vision stratégique sur le business, en démystifiant les problématiques liées aux nouvelles technologiques et aux enjeux du marché. Nous sommes toujours à l'affût des dernières innovations, nous participons à de nombreux événements et salons afin de capter les dernières tendances et solutions et nous sommes très impliqués dans les projets de R&D européens et internationaux. Puis, notre approche est humaine et taillée sur mesure même si nous sommes un acteur mondial. Nous n'apportons pas de solutions toutes faites et nous avons une certaine indépendance technologique, nous pouvons nous adapter aux besoins de nos clients et ainsi, apporter une véritable valeur ajoutée.

Les difficultés que vous rencontrez dans votre activité ?

Les évolutions rapides des nouvelles technologies nous obligent à avoir des personnes formées sur ces sujets, à nous adapter en permanence aux demandes du marché et à évoluer rapidement pour mettre en place les solutions adaptées. Il faut sans cesse se remettre en question et ne pas rester sur ses acquis. La pénurie de talents est une difficulté à laquelle nous devons faire face. Aujourd'hui, il faut trouver des perles rares, des couteaux suisses qui ne sont plus seulement spécialisés dans un seul domaine, mais qui comprennent les problématiques liées aux nombreux domaines concomitants de l'IA, de la cybersécurité, etc. Le *reskilling* est très important, car il permet de suivre les évolutions du marché, de rester compétitifs. La dimension consulting est aussi primordiale pour nous. Le défi constant consiste à convaincre nos clients d'adopter de nouveaux outils et à les accompagner dans ces changements. À cela s'ajoutent les cascades de règlementations (NIS 2, AI Act, DORA, etc.) qui ont des répercussions chez nos clients car tout doit sans cesse être remis à jour.

Un indispensable pour entreprendre ?

La capacité à avoir une vision toujours claire dans les projets que l'on souhaite développer et auxquels les autres doivent adhérer. Savoir s'entourer des bonnes personnes, qui sauront à leur tour, infuser leur motivation aux équipes. Être persévérant, ne pas abandonner tout de suite les projets, qui arrivent quelquefois trop tôt, les mettre en pause et les reprendre au moment opportun.

Une source d'inspiration ?

À chaque étape clé de ma vie, personnelle ou professionnelle, un livre, une biographie d'une personne inspirante ou une méthode de travail innovante, m'a donné des solutions, des pistes à suivre pour aller de l'avant.

Le meilleur moyen de dépenser 30 euros ?

C'est en lien avec la question précédente. Soit acheter quelques livres, soit inviter des collaborateurs ou des clients à aller boire quelques verres dans un endroit en dehors du lieu de travail. En effet, je pense que l'on tire beaucoup du réseautage, de la rencontre avec ses collaborateurs, ses clients, de la discussion qui amène à l'émulation ou à rebondir sur les idées de chacun.

Dans une autre vie, vous auriez voulu ... ?

Travailler dans la Formule 1. Outre l'aspect sportif, les dimensions R&D, innovations technologiques, digitales et maintenant l'utilisation de l'IA qui sont intégrées dans toute la partie ingénierie de la F1 sont passionnantes !

1. Fujitsu Luxembourg, filiale du groupe, propose des solutions adaptées aux besoins spécifiques du marché luxembourgeois.

2. (De g. à dr.) Daniel Meyer, service director, Fujitsu Luxembourg ; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce ; Cédric Jadoul, managing director, Fujitsu Luxembourg ; Shi Na, International Affairs advisor, Chambre de Commerce ; Laura Mathieu ; head of Digital & Sustainability, Fujitsu Luxembourg et Moussa Ouedraogo, head of Cybersecurity, Fujitsu Luxembourg.

PLUS D'ARTICLES
IT'S MY STORY

OQ TECHNOLOGY

BRINGING CELL TOWERS TO SPACE

TEXT : CORINNE BRIAULT
PHOTOS : EMMANUEL CLAUDE / FOCALIZE

Since its founding in 2016, OQ Technology has been quietly revolutionizing the world of satellite IoT. Headquartered in Luxembourg and with a presence in the UAE, Greece, the U.S., Saudi Arabia, and Rwanda, the company is on a mission to bring low-cost, plug-and-play connectivity to even the most remote parts of the world. We sat down with Omar Qaise, founder and CEO, to talk about satellites, smartphones, and what it really takes to build a space tech company in Europe. Interview with Omar Qaise, Founder and CEO of OQ Technology. (Visited on 04 April 2025)

Future projects?

Our goal is simple, but ambitious: to connect the unconnected. We're building a constellation of Low Earth Orbit (LEO) satellites that provide global 5G non-terrestrial network connectivity. What sets us apart is that our tech is compatible with existing cellular standards, specifically, 3GPP Release 17. That means devices don't need to be modified to connect to our network. They're plug-and-play, long-lasting, and cloud-ready.

We've developed a patented technology that allows billions of users to stay connected using existing 5G NTN IoT modules, standard smartphones, and a seamless blend of terrestrial and satellite networks. It's a game changer, especially for regions without traditional telecom infrastructure.

Yes, we were selected from over4,000 applicants to receive support from the European Innovation Council (EIC) Accelerator program. That includes a 2.5 million euros grant and up to 15 million euros in equity financing. We're incredibly proud to be the first Luxembourg-based space company to receive this level of support. It's a strong vote of confidence in our mission, and it's helping us scale fast.

The race is on to be the first to offer "direct-to-smartphone" connectivity from spacea nd we intend to win it. We're currently the only European company actively competing in this space; most of the other players SpaceX, GlobalStar, AST SpaceMobile, Lynk Global, are based in the U.S.

We already have launched 10 satellites missions into orbit, but we're aiming for 25 more in the near term and ultimately a constellation of 72. Alongside that, we're improving our antenna tech and developing defense-sector applications. We're also conducting drone-based tests with a major European defense contractor. Beyond that, we're looking ahead to 6G satellite capabilities and aligning with the next generation of global cellular standards.

The direct-to-device market alone is estimated at 1 trillion dollars. Our business plan aims for a 5–10% market share by 2035.

What makes you different from your competitors?

Several things. First, our LEO satellites orbit at 500–600 kilometers above Earth and weigh under 20 kg, compared to traditional GEO satellites that are 36,000 kilometers up and weigh over 1,000 kg. Our setup dramatically reduces latency and enables real-time responsiveness.

Second, we're already commercial. While other companies are still testing, our network is operational. Clients like Aramco, STC, Deutsche Telekom, and Telefónica are already using our full-stack solution.

We've secured key patents in both Europe and the U.S., covering everything from hardware to software to payload design. Also, we don't lease spectrum, we are authorized to use own spectrum. That gives us strategic independence, which is a massive advantage.

What are the biggest challenges you're facing ?

Funding remains a major challenge. Luxembourg has been incredibly supportive on the public side, but we need more private and sovereign investment locally, especially from venture capital firms or sovereign funds willing to back deep-tech space startups. Most of our private funding interest comes from outside Luxembourg. We'd love to see more local VC engagement.

Talent acquisition is another issue. Recruiting people with the right expertise in Luxembourg is tough, and relocating global talent is even harder given the high cost of living. These are structural challenges we need to solve to remain competitive.

What's the key to being a successful entrepreneur?

Resilience. Not everyone is built for this journey. You have to power through the setbacks, hold your ground, and keep pushing. There will be wins and losses, but your mindset and determination define whether you make it through. You have to be confident enough not to take "no" for an answer.

Who inspires you?

I've always found inspiration in people who think differently. Einstein has been a longtime source of fascination for me. And I enjoy the strategic wisdom in Robert Greene's books, they really resonate in the startup world.

What's the best way to spend 30 euros?

Easy, invest it in OQ Technology!

And if you weren't doing this?

My parents wanted me to become a doctor. But I've never liked the sight of blood! Space has always been my passion, even as a kid. I truly feel like I've found my calling, and I wouldn't trade it for anything.

1. (From l. to r.) Christoph Limmer, VP of Sales & Business Development, OQ Technology; Marwah Naseem, director, OQ Technology; Omar Qaise, founder & CEO; Carlo Thelen, CEO, Chamber of Commerce, Carine Maitzner, Business Development coordinator, Chamber of Commerce and Prasanna Nagarajan, chief Innovation officer, OQ Technology.

2. 3. 4. OQ Technology is the world's first 5G Direct-to-Device Satellite Operator in Low Earth Orbit to connect remote and rural areas. The startup is one of the 10 startups selected to compete for the Golden Ticket to Silicon Valley in the Startup World Cup.

PLUS D'ARTICLES
IT'S MY STORY

1

2

3

4

INSIDE OSAKA 2025 : AU PAYS DU SOLEIL LEVANT ET DE LA SOCIÉTÉ DU FUTUR

TEXTE : CATHERINE MOISY

POURQUOI LE LUXEMBOURG PARTICIPE-T-IL RÉGULIÈREMENT À DES EXPOSITIONS UNIVERSELLES ?

Le Luxembourg a une longue tradition de participation aux Expositions universelles. Celle-ci remonte à 1851 avec la toute première exposition du genre, qui se déroule à Londres. Lors de ce premier opus, la Grande-Bretagne met l'accent sur les matières premières, les machines, les produits manufacturés et les objets d'art. Au Luxembourg, c'est la Chambre de Commerce qui est chargée de recommander des exposants nationaux pour présenter l'excellence industrielle du pays. Ils sont au nombre de six, fabricants de chaussures, gants, draps, papiers peints et céramique ainsi qu'un maître de forge. Dès le début, ces grandes manifestations internationales sont l'occasion pour les pays participants de mettre en avant leur culture, de faire état de leur puissance, de présenter leurs innovations technologiques et de leur trouver des débouchés, dans un mélange de modernité et de prestige. Les Expositions universelles ont ainsi été le théâtre du lancement de nombreuses inventions majeures, parmi lesquelles le téléphone, la réfrigération, les escaliers roulants…

En tant que « petit pays », le Luxembourg y a toujours trouvé une caisse de résonnance pour augmenter sa notoriété aux yeux du monde et pouvoir se présenter comme un acteur économique et technologique avec lequel compter. Les Expositions universelles exercent une attractivité qui dépasse très largement les frontières des pays organisateurs et permettent donc de toucher en une seule fois un large public, régional, voire mondial. Acteurs gouvernementaux, entreprises, organisations internationales et citoyens s'y pressent. Aucun autre événement ne peut rivaliser avec les Expositions universelles en termes d'échelle et de durée.

En 1928 le Bureau International des Expositions (BIE) est créé. Celui-ci sera désormais garant de la qualité des expositions en établissant un cadre organisationnel à respecter par tout pays organisateur. Le BIE définit la fréquence (tous les 5 ans), la durée (6 mois) des expositions ainsi que les règles de participation. Sous l'impulsion du BIE, les Expositions universelles complètent leur statut de vitrine du savoir-faire industriel et adoptent une dimension de plateforme mondiale de discussion des grands enjeux de la planète, via le choix des thèmes mis en avant.

En 2025, 184 pays sont membres du BIE, soit la quasi-totalité des États du globe. Cela montre à quel point la *soft diplomacy* que représente la participation aux Expositions universelles compte aux yeux des dirigeants du monde entier.

Le Luxembourg est d'autant plus sensible à l'importance de participer à ces rassemblements que son économie dépend fortement de son ouverture au monde et des bonnes relations avec ses partenaires commerciaux et diplomatiques. Les thèmes des dernières éditions ont régulièrement trouvé un écho positif auprès des décideurs du pays, que ce soit : *« better city, better life »* en 2010 à Shangaï, *« Connecting minds, creating the future »* en 2021-2022 à Dubaï ou encore le thème de l'actuelle Exposition d'Osaka : *« Designing Future Society for Our Lives »*.

Pourquoi le Luxembourg participe-t-il à l'Exposition universelle d'Osaka 2025 ?

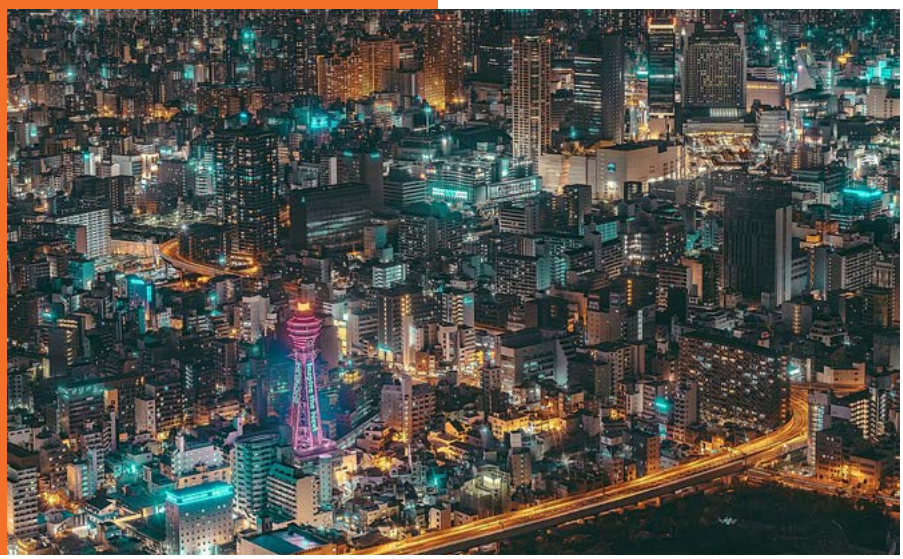
La participation luxembourgeoise à l'Expo 2025 Osaka constitue une excellente occasion pour le Luxembourg de se présenter au monde entier sous différentes facettes. Que ce soit à travers la culture, l'économie, la gastronomie ou l'artisanat, le pays démontrera son esprit ouvert, innovateur et entrepreneurial, la diversité de ses habitants ainsi que la beauté de ses paysages. Il s'ajoute à cela que le Luxembourg entretient d'étroites relations de longue durée avec le Japon. En 2027 le Japon et le Luxembourg célèbreront le centenaire de l'établissement de leurs relations diplomatiques. Notre présence à Osaka sera l'occasion de développer de nouveaux domaines de collaboration.

De plus, le Pavillon luxembourgeois, qui est le fruit d'une collaboration entre entreprises luxembourgeoises et japonaises, constitue un projet pilote intéressant dans le domaine de la construction circulaire et au niveau des idées innovantes développées au Grand-Duché.

André HANSEN
Commissaire général du pavillon luxembourgeois

PARTICIPATIONS LUXEMBOURGEOISES AUX EXPOSITIONS UNIVERSELLES :

- 1851 : Londres
- 1855, 1867, 1878, 1889, 1900, 1925 et 1937 : Paris
- 1876 : Philadelphie
- 1885 : Anvers
- 1897, 1910, 1935, et 1958 : Bruxelles
- 1905 : Liège
- 1913 : Gand
- 1933 – 1934 : Chicago
- 1939 – 1940 : New York
- 1962 : Seattle
- 1992 : Séville
- 1998 : Lisbonne
- 2000 : Hanovre
- 2010 : Shanghaï
- 2021 – 2022 : Dubaï
- 2025 : Osaka



Osaka compte 8,8 millions d'habitants et représente un marché équivalent à celui de Singapour.
(Crédit : Pichai Sodsai/Unsplash)

LE JAPON EN FAITS ET CHIFFRES

- 2e partenaire commercial du Luxembourg en Asie
- Taux de Change : 1000 yens = 6,30 euros
- Décalage horaire Luxembourg–Osaka : + 8 heures en hiver et + 7 heures en été. Pour joindre un correspondant japonais depuis le Luxembourg, le meilleur moment est le matin entre 8h et 10h, soit entre 15h et 18 h (heure locale), selon la saison.
- Importations du Japon : 714 milliards de dollars (2023)
- Exportations du Japon : 680 milliards de dollars (2023)
- Principaux secteurs économiques : Agriculture = 1%, Industrie = 29%, Services = 70%

QUELS SONT LES ATOUTS ET PARTICULARITÉS ÉCONOMIQUES DU JAPON ET DE LA RÉGION D'OSAKA ?

Le Japon occupe actuellement le 3e rang des économies les plus puissantes du monde en termes de PIB, derrière les États-Unis et la Chine. La robustesse de son économie repose sur plusieurs atouts. Le Japon est connu notamment pour son industrie de haute technologie à forte capacité d'innovation. Le pays est leader dans les secteurs de l'électronique, de la robotique, des semi-conducteurs et de l'automobile. Les marques Toyota, Honda, Sony ou encore Panasonic jouissent d'une notoriété mondiale. La recherche est un des fers de lance de cette industrie. Le pays y consacre 3,3% de son PIB, soit une part assez équivalente à celle des États-Unis (3,46%) et de l'Allemagne (3,14%) mais supérieure à celle de la Chine (2,43%), selon les chiffres de la Banque mondiale. Pour l'avenir, le pays compte bien garder son avance en investissant dans l'intelligence artificielle, la biotechnologie et les technologies vertes. L'industrie japonaise est également connue pour avoir développé des modèles organisationnels rendant les chaines de production particulièrement efficaces. Il s'agit du *Kaizen* qui systématise l'amélioration continue ou encore du principe du *Just in time*. Ces atouts font du Japon l'un des plus grands exportateurs mondiaux de véhicules, de composants électroniques et de machines de précision mais le pays bénéficie aussi d'une solide réputation dans les secteurs créatifs ou d'art de vivre, allant de la musique J-pop aux films d'animation en passant par les mangas et les jeux vidéo ainsi que la gastronomie, tous secteurs qui boostent également le tourisme. Par ailleurs, le pays a en commun avec le Luxembourg d'être un centre financier international majeur comptant des banques et entreprises financières influentes.

Le Japon profite encore d'infrastructures de transport parmi les plus fiables au monde, à l'image du Shinkansen, le train à grande vitesse qui relie les principales villes du pays -il suffit de 2h40 pour parcourir les quelque 500 km entre Osaka et Tokyo- et qui n'enregistre qu'une minute de retard en moyenne annuelle. À cela s'ajoutent des ports et des aéroports performants, facilitant le commerce international.

Le marché du travail japonais se caractérise par un faible taux de chômage (situé entre 2 et 3%) et un haut niveau de qualification de la main d'œuvre, issue d'un système éducatif exigeant, basé sur la rigueur et l'innovation. La valeur travail accompagne ainsi les Japonais depuis l'enfance.

Le Japon est un marché cible intéressant car ses habitants - population deux fois plus nombreuse que celle de la France- disposent d'un pouvoir d'achat parmi les plus élevés au monde. De plus son économie est très connectée à celle du reste de l'Asie et peut donc constituer une bonne porte d'entrée sur l'ensemble de la région, via un pays sûr et stable, d'autant plus qu'un accord de libre-échange est entré en vigueur le 1er février 2019 (JEFTA) pour faciliter les échanges entre le Japon et l'Union européenne, troisième partenaire commercial du Japon.

Osaka, 2e plus grande ville du pays, située sur l'île d'Honshū, dispose d'atouts économiques propres, au premier rang desquels son port par lequel transitent près de 85 millions de tonnes de fret chaque année. La ville dispose également d'un aéroport international, d'un train monorail, de 9 lignes de métro, de 2 lignes de tram et d'une gare de Ferry pour rallier les autres îles du pays.

Osaka appartient à la conurbation Kyoto-Kobe-Osaka, deuxième aire métropolitaine du pays, à la fois en nombre d'habitants et en PIB, qui est l'une des zones les plus productives du monde. Avec son port, la ville est naturellement tournée vers les échanges commerciaux. Elle a notamment joué un rôle historique dans le commerce du riz, ce qui lui a valu le surnom de « garde-manger de la nation ». En plus d'être un centre industriel depuis le début du 20e siècle, Osaka est aussi un centre culturel connu pour son théâtre et une importante ville d'éducation où la recherche, notamment médicale, est à l'origine de nombreux développements technologiques. La ville est enfin pionnière en matière de politique environnementale.

L'activité économique s'y concentre dans le quartier Chuo, l'un des 24 que compte la ville.

QUE FAUT-IL SAVOIR SUR L'EXPOSITION UNIVERSELLE D'OSAKA 2025 ?

L'exposition universelle d'Osaka a commencé le 13 avril et se terminera le 13 octobre prochain, soit 184 jours d'exhibitions et de festivités. Cet événement d'envergure mondiale se tient sur l'île Yumeshima, l'un des 24 quartiers d'Osaka, qui fait partie d'un trio d'îles artificielles dont la construction a été décidée en 1988, pour créer un nouveau centre-ville. Yumeshima se situe à l'extrémité ouest de la ville, sur la baie d'Osaka.

Les visiteurs qui souhaitent apprécier pleinement la beauté du site de l'Exposition, peuvent parcourir un anneau surélevé de 2 km qui entoure celui-ci et qui possède un tronçon surplombant les eaux de la mer intérieure Seto. Cet anneau symbolise l'unité dans la diversité (photo).

Le thème retenu par les organisateurs de l'Exposition universelle d'Osaka 2025 est *« concevoir la société du futur, imaginer notre vie de demain »*. Ce thème est à son tour décliné en trois sous -thèmes : *« sauver des vies »*, *« donner du pouvoir aux vies »* et *« connecter les vies »*.

Outre les pavillons des 161 pays participants et des 25 organisations internationales et ONG présentes, l'Exposition comprend un quartier des *« best practices »*, espace de démonstration et de co-création de bonnes pratiques répondant aux grands enjeux mondiaux que sont les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies. Cette initiative, véritable laboratoire pour la société du futur, est alignée avec l'esprit du BIE créé en 1928. Les visiteurs pourront s'y familiariser avec des technologies innovantes dans 6 domaines : *smart mobility* (voitures volantes, *mobility as a service*...), virtuel, technologies vertes (énergies renouvelables, neutralité carbone, villes alimentées à l'hydrogène, zéro déchet...), digital (robotique, outils de traduction...), sciences de la vie et art. L'objectif commun à toutes ces innovations étant de créer un avenir meilleur pour l'humain dans son environnement. Des jeux éducatifs sur les défis environnementaux y seront également proposés pour tous les âges.

Le laboratoire se double d'une exposition virtuelle s'adressant notamment aux personnes ne pouvant pas se rendre sur place mais néanmoins intéressées par les thématiques développées.

PLUS D'INFORMATIONS SUR L'EXPOSITION UNIVERSELLE OSAKA 2025

Le site de l'Exposition universelle Osaka 2025, est ceint d'un large anneau surélevé de 2 km, qui surplombe l'exposition d'un côté et la mer de l'autre et qui fait le lien entre ciel, terre et mer. (Crédit : Expo 2025 Osaka)

QUELLES SONT LES ATTENTES DU JAPON POUR CETTE ÉDITION 2025 ?

- Des retombées économiques estimées à 2.000 milliards de yens (12,8 milliards d'euros)
- Développement des sciences de la vie
- De nombreuses interactions avec les cultures étrangères
- Promotion des talents japonais auprès du monde entier.

QUELQUES RECOMMANDATIONS DE PAVILLONS À VISITER :

- **Pavillon national japonais**
  Synthèse entre culture traditionnelle et technologies de pointe. En grande partie interactif. Les visiteurs sont par exemple invités à participer à une cérémonie du thé robotisée.
- **Pavillon de la Santé**
  Propose une simulation basée sur les données de santé des visiteurs, offrant une perspective personnalisée de leur bien-être futur.
- **Pavillon de la Belgique**
  Célèbre l'eau sous toutes ses formes, solide, liquide, gazeuse.
- **Pavillon de l'Union Européenne**
  Consacré à la paix et à la démocratie.
- **Pavillon de la France**
  Conçu comme un hymne à l'amour.
- **Pavillon de l'Allemagne**
  Consacré à l'économie circulaire.
- **Pavillon du Portugal**
  Qui invite à explorer l'océan en tant que ressource vitale.

QUELLE EST LA PHILOSOPHIE ET QUELS SONT LES MESSAGES VÉHICULÉS PAR LE PAVILLON LUXEMBOURGEOIS ?

Le pavillon luxembourgeois est le fruit d'une collaboration entre l'État (ministère des Affaires étrangères et ministère de l'Économie) et la Chambre de Commerce, réunis au sein du GIE Luxembourg@Expo2025Osaka. Cargolux, qui porte les couleurs du Luxembourg dans le monde entier est le sponsor principal du pavillon. L'entreprise y voit l'occasion de célébrer près de 40 ans de relations d'affaires avec le Japon, depuis le démarrage de ses opérations en 1985 à Fukuoka.

Dès sa conception, le pavillon a été prévu pour respecter les principes de l'économie circulaire. Ainsi il est lui-même porteur de l'image que le Luxembourg souhaite diffuser, celle d'un pays engagé pour une croissance durable. À l'issue de l'Exposition, il sera démonté. Certains de ses composants seront réutilisés et d'autres recyclés. Par exemple, le béton coulé, habituellement utilisé pour la fondation des pavillons est ici remplacé par des blocs de béton aux dimensions standards des constructions japonaises pour pouvoir être réutilisés sur place. Les membranes qui forment la toiture pourront elles aussi être réemployées telles quelles ou pour la fabrication d'objets. Les profilés en aciers et les panneaux constituant les murs extérieurs pourront être revendus par lots.

À l'intérieur du pavillon, l'accent est mis sur des scénographies interactives et sur un programme éducatif, déclinant l'un des sous-thèmes officiels de l'Exposition, *« Connecting lives »*. Ce thème permet en effet de mettre en avant la diversité et le multiculturalisme du Luxembourg. Les visiteurs sont guidés au travers d'un parcours en trois actes.

L'acte un invite les visiteurs à se connecter à la diversité des habitants du Luxembourg, dans un mélange de décors physiques et d'images virtuelles. L'acte deux, consacré aux technologies et à la durabilité promeut l'esprit innovateur du pays, par une approche interactive sur le modèle des jeux d'arcade. Enfin, l'acte trois est un voyage dans les paysages et la culture du Luxembourg grâce à un cube de projection qui enveloppe le visiteur pour un effet immersif total. Certains sites historiques et culturels emblématiques du pays ont été scannés par la startup Artec 3D dont la spécialité est la production de scanners puissants pouvant numériser des monuments entiers. Cette prouesse technologique permet de faire vivre au public une expérience marquante.

À l'issue du parcours, les visiteurs arrivent dans une cour intérieure, espace de repos et de détente qui propose une offre gastronomique (boissons et plats du Luxembourg) et de loisirs traditionnels (véritable jeu de quilles…). Le savoir-faire culinaire est notamment illustré par 6 desserts (1 par mois) spécialement créés par 6 chefs pâtissiers du Luxembourg ayant remporté un concours organisé en 2024 par la Chambre des Métiers et l'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg : Paul Bungert, Archibald de Prince, Carole Goerend, Pauline Michelin, Stéphane Muller et Kiyohara Yurie. Ceux-ci seront révélés, chacun à leur tour, tout au long de la durée de l'Exposition.

PLUS D'INFORMATIONS SUR LE PAVILLON LUXEMBOURGEOIS

Le pavillon luxembourgeois porte le nom japonais Doki Doki, ce qui signifie « cœur battant » et veut avant tout communiquer de la joie et de l'enthousiasme. (Crédit : STDM)

What does it mean to you that Artec 3D technology has been chosen to present Luxembourg's monuments to the public at the Luxembourg Pavilion of Osaka 2025 Expo?

An honor and a responsibility. It's a unique opportunity to merge cutting-edge 3D scanning with cultural preservation, bringing the country's most iconic monuments to a global audience in an innovative and interactive way of digital twins. This project also highlights Luxembourg's expertise in digital technologies and the power of these technologies in storytelling and cultural exchange. Using AI photogrammetry technology helped us to use all possible sources of data to make the models look realistic. It will create an engaging and memorable experience for visitors.

What benefits do you expect from this participation?

This will provide invaluable exposure for Artec 3D and Luxembourg's digital ecosystem. It allows us to demonstrate our technological leadership on an international stage, fostering new collaborations with global partners and industries that can benefit from advanced 3D scanning solutions, wether they be cultural institutions or businesses seeking cutting-edge digitalisation solutions.

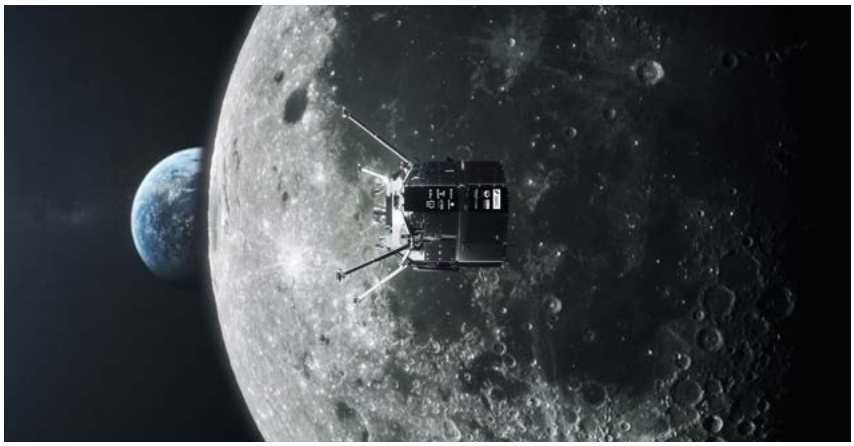
Art
YUKHIN

CEO & President,
Artec 3D

LE PAVILLON DU LUXEMBOURG, COMME SI VOUS Y ÉTIEZ !

Virtual Rangers, studio luxembourgeois de réalité virtuelle et augmentée fondé en 2017, a développé une reproduction digitale du Pavillon du Luxembourg, permettant à toute personnes à travers le monde souhaitant le visiter de pouvoir l'explorer, même si elles ne peuvent pas se rendre à Osaka. Cette expérience va bien au-delà d'une simple reproduction numérique. Elle est conçue pour capturer les émotions et les sensations du pavillon réel, permettant aux visiteurs de s'y plonger comme s'ils y étaient réellement. Le pavillon virtuel est accessible en téléchargeant l'application *Luxembourg Pavilion, Expo 2025 Osaka*, disponible dans les app stores de Apple et Google Play.

QUE PROPOSE LA CHAMBRE DE COMMERCE AUX ENTREPRISES LUXEMBOURGEOISES DANS LE CADRE D'OSAKA 2025 ?



Le secteur spatial est l'un des plus prometteurs en termes de collaboration entre le Luxembourg et le Japon. (crédit : ispace)

What do you expect from your participation in the multisectoral economic mission organised by the Chamber of Commerce from 24 to 31 May in Osaka 2025?

As a hybrid platform, biotech, human space exploration and longevity wellness and agriculture, supported by the Luxembourg national lab LIST and Luxembourg Space Agency, Astrobiome Space aims to enrich collaboration with potential industries looking to expand in the wholistic health solutions not just for human wellbeing but also the ones of our surrounding environments.

Vera MULYANI

CEO, Astrobiome Space

La Chambre de Commerce, en étroite collaboration avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce extérieur, l'Ambassade du Luxembourg au Japon, et le Luxembourg Trade and Investment Office de Tokyo, organise trois missions économiques au Japon à l'occasion de l'Exposition universelle. Ces missions sont autant d'occasion d'explorer le Japon économique et culturel. La première, qui se déroule du 24 au 31 mai est la plus « généraliste ». Il s'agit d'une mission classique multisectorielle qui comprendra, comme les suivantes, une visite de l'Exposition mais également des visites d'entreprises, à Osaka et à Tokyo, telles que Fanuc (spécialiste de l'automatisation industrielle), Fujitsu (digitalisation, IA, automatisation, cybersécurité) ou encore Mitsubishi (constructeur automobile). Au cours de cette mission, une réception sera organisée le 30 mai, journée luxembourgeoise, rehaussée de la présence du Grand-Duc, et des ministres Bettel et Backes.

Les deux autres missions auront lieu en juillet et seront consacrées respectivement au secteur de l'espace (12-18 juillet) et à la technologie (14-19 juillet), notamment la Health Tech qui est l'un des secteurs phare de la région d'Osaka. Pour chacune de ces missions des rencontres BtoB seront planifiées en amont et la visite de l'Exposition mettra l'accent sur les pavillons les plus connectés à la thématique retenue, par exemple le pavillon du groupe NTT (Nippon Telegraph and Telephone Corporation) actif dans les sciences de la donnée et la santé. Chaque délégation recevra un accueil personnalisé à l'occasion de ces visites.

Les différents secteurs explorés n'ont pas été choisis au hasard. Pour déterminer sur quoi mettre l'accent, la Chambre de Commerce a préalablement sondé ses ressortissant ainsi que les différents clusters sectoriels du Luxembourg. De plus, une mission exploratoire avait été organisée sur place au Japon du 12 au 14 juin 2024, qui avait permis d'identifier les potentielles coopérations entre les deux pays ainsi que les entreprises actives dans les secteurs phare visés. Lors de cette mission, Luxprovide et la Luxembourg Space Agency avaient signé des accords avec des partenaires japonais. Une autre mission consacrée au secteur financier cette fois, avait suivi en novembre 2024. Les missions de 2025 s'inscrivent donc dans une continuité et permettent de renforcer certains liens déjà établis. Les Japonais accordent en effet beaucoup d'importance à la qualité des relations qui se développent sur le long terme.

Les avantages à participer aux missions économique sont nombreux pour les entreprises. Il s'agit d'une véritable opportunité de s'ouvrir les portes du marché japonais réputé difficile à aborder, tout en suivant un programme sur mesure pour chaque secteur. Le pavillon luxembourgeois de l'Exposition universelle constitue un lieu de rendez-vous idéal pour du réseautage de haut niveau avec des partenaires japonais. Une équipe de la Chambre de Commerce est en permanence sur place pour faciliter les contacts. Chaque mission est accompagnée d'officiels luxembourgeois de haut rang (Cour grand-ducale, ministres…) dont la présence joue un rôle important de *« door opener »*. Il est à souligner que les missions organisées par la Chambre de Commerce peuvent être particulièrement intéressantes pour les startups luxembourgeoises en quête d'investisseurs et/ou de partenaires.

Bon à savoir, la Commission européenne organise également un déplacement au Japon, du 8 au 13 juin 2025, emmené par le député européen luxembourgeois Christophe Hansen, qui visera particulièrement le secteur agro-alimentaire.

Par ailleurs, au-delà des échanges économiques, le Luxembourg vise également des rapprochements et partenariats dans les domaines académiques et scientifiques.

PLUS D'INFORMATIONS SUR LE PROGRAMME PRÉVU PAR LA CHAMBRE DE COMMERCE À OSAKA 2025

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : EFFET DE MODE OU VÉRITABLE OPPORTUNITÉ ?

TEXTE : SIDONIE PARIS / AFFAIRES ÉCONOMIQUES, CHAMBRE DE COMMERCE
PHOTO : GETTY IMAGES FOR UNSPLASH +

Cette question a constitué le thème de l'édition 2025 de la Journée de l'Économie qui s'est tenue à la Chambre de Commerce le 24 mars dernier. L'occasion pour la Chambre de Commerce de mettre en avant le potentiel de l'intelligence artificielle (IA) pour l'économie luxembourgeoise et de présenter les premières orientations stratégiques issues de son Groupe de travail pour faire du Grand-Duché un *« AI hub »* européen.

Le rapport Draghi sur la compétitivité de l'Union européenne (UE) pointe l'écart croissant de PIB entre cette dernière et les États-Unis, la Chine ayant rattrapé son retard en quelques années. L'écart de PIB entre l'UE et les États-Unis, aux prix de 2015, s'est progressivement creusé, passant de légèrement plus de 15% en 2002 à 30% en 2023. En parité de pouvoir d'achat, l'écart était de 12% en 2023, comparé à 4% en 2002 (en faveur de l'UE). Ce décalage s'explique en grande partie par un retard en matière d'innovation, notamment dans les technologies de pointe. Aujourd'hui, sur les cinquante plus grandes entreprises technologiques mondiales, seules quatre sont européennes (ASML, SAP, Siemens et Schneider Electric).

Réduire cet écart est crucial pour permettre à l'Europe d'assurer une croissance durable et de gagner en productivité. Le cabinet de consulting McKinsey estime que l'IA apporterait une croissance du PIB des pays développés de 1,5 à 3,4% par an sur la prochaine décennie. Des analystes de la banque Goldman Sachs anticipent une augmentation de 7% du PIB mondial annuel grâce à l'IA générative. Le niveau stratosphérique des fonds alloués à l'IA est à la hauteur des retours sur investissement escomptés. L'initiative InvestAI lancée en février par la Commission européenne vise à mobiliser 200 milliards d'euros pour des investissements dans l'IA, y compris un fonds européen de 20 milliards d'euros pour des giga-usines d'IA. De son côté, le président français Emmanuel Macron a annoncé des investissements à hauteur de 109 milliards d'euros en France, soit l'équivalent, rapporté à la population, des 500 milliards du *Stargate Project* américain.

Diversifier les sources de financement de l'IA

En Europe, les entreprises innovantes peinent à se développer en raison notamment de difficultés d'accès aux financements, certaines partant outre-Atlantique pour accéder plus facilement et rapidement à des capitaux abondants. Pour accélérer l'innovation et la croissance sur le continent européen, il est impératif de diversifier les sources de financement et de libérer le potentiel de l'investissement privé. Pour les startups ambitieuses qui veulent grandir en Europe, l'accès à un éventail complet de solutions de financement – du capital-risque au *private equity* – est une condition essentielle pour rivaliser à l'échelle mondiale et faire avancer le progrès technologique. À ce titre, la *Stratégie de l'Union européenne de l'épargne et des investissements* publiée le 19 mars dernier, visant à faciliter l'accès des ménages aux marchés des capitaux et à améliorer les possibilités de financement pour les entreprises, est à saluer et constitue une étape qui va dans le bon sens.

Fort de son expertise financière et de sa main-d'œuvre internationale, le Luxembourg a des atouts certains pour capter des capitaux internationaux et ainsi renforcer sa place dans le flux des entreprises qui s'implantent en Europe. Afin de passer à la vitesse supérieure, il est important de faciliter les investissements privés dans le capital-risque et le *private equity* via, par exemple, la mobilisation des régimes de retraite du deuxième pilier ou encore la mise en place de fonds d'investissement homologués par le gouvernement luxembourgeois sur le modèle de l'initiative française TIBI. D'autres mesures telles que le développement de co-financements publics-privés ou l'augmentation du crédit d'impôt pour les investissements directement liés à l'IA sont également des pistes prometteuses.

Centrer la mise en œuvre de l'*AI Act* sur l'innovation

Sur le plan réglementaire, il s'agit de saisir l'opportunité offerte par la mise en œuvre de l'*AI Act* –règlement européen sur l'IA – au Luxembourg pour promouvoir l'innovation. La Chambre de Commerce préconise la création d'un écosystème d'autorités nationales compétentes, capables d'accompagner les entreprises de manière exemplaire. Le Luxembourg devrait également mettre en place des « bacs à sable » *(sandboxes)* règlementaires attractifs, afin de se positionner comme un hub européen de référence pour les tests en matière d'IA. Ces dispositifs, prévus par l'*AI Act*, visent à lever les barrières réglementaires à l'entrée sur le marché pour les nouveaux produits d'IA. Avec une stratégie ambitieuse en matière de « bacs à sable », le Luxembourg peut devenir la porte d'entrée privilégiée pour les entreprises de pays tiers souhaitant s'implanter dans l'UE et tester la conformité de leurs produits d'IA dans un environnement encadré et sécurisé.

Capitaliser sur les infrastructures existantes et à venir

Le Luxembourg peut pleinement capitaliser sur ses infrastructures actuelles et futures pour se positionner comme un véritable hub de l'IA. Les entreprises ont tout intérêt à exploiter le potentiel du supercalculateur national Meluxina, pour développer des solutions d'IA souveraines et évolutives à l'échelle nationale, du Benelux, voire européenne. L'acquisition d'un supercalculateur optimisé pour l'IA, baptisé Meluxina-AI, et la mise en place au printemps 2025 d'une AI Factory associée, marque une étape importante dans la consolidation de la position du Luxembourg parmi les leaders du digital en Europe.

Grâce à ses infrastructures souveraines et sécurisées – clouds souverains, centres de données certifiés Tier IV – le Luxembourg dispose d'une base solide pour se positionner sur des secteurs manipulant des données hautement sensibles, tels que la finance, les fonds d'investissement ou encore la santé. Les quatre axes retenus dans le cadre de l'AI Factory luxembourgeoise – finance, espace, économie verte et cybersécurité – sont des choix stratégiques à soutenir activement au niveau national.

Toutefois, pour tenir la distance, il est essentiel que le Gouvernement continue d'investir sur le long terme dans les infrastructures de calcul et de données, tout en sécurisant la chaîne d'approvisionnement en composants stratégiques, comme les unités de traitement graphique (GPU). De plus, le secteur public doit montrer l'exemple en adoptant l'IA et tirer pleinement parti des infrastructures souveraines et sécurisées existantes.

L'IA n'est pas un effet de mode, c'est le socle de la compétitivité de demain. Pour rester dans la course, le Luxembourg doit afficher des ambitions fortes. La nouvelle stratégie nationale sur l'IA, attendue ce printemps 2025, donnera le ton. Au-delà des mesures concrètes qui seront retenues, il sera tout aussi crucial de bien communiquer cette vision, pour mobiliser les parties prenantes, attirer les talents, et affirmer la place du Luxembourg comme acteur incontournable de l'IA en Europe.

PLUS D'ARTICLES
THE ECONOMY

LE « MÉDECIN AUGMENTÉ » OU QUAND L'IA REDONNE DU SOUFFLE À LA MÉDECINE

TEXTE : HOAI THU NGUYEN DOAN / AFFAIRES ÉCONOMIQUES, CHAMBRE DE COMMERCE
PHOTO : ENVATO

Face au vieillissement de la population et à la pénurie de personnel médical, l'intelligence artificielle (IA) s'impose comme un levier clé pour réinventer les pratiques de soin. Elle ouvre la voie à une nouvelle génération de professionnels : les « médecins augmentés ».

Le secteur de la santé fait face à un double choc démographique et épidémiologique[1]. Le vieillissement de la population accroît la demande de soins et la prévalence des maladies chroniques, qui requièrent un suivi long et complexe. Parallèlement, le renouvellement des vocations médicales se heurte à une évolution des aspirations sociétales : la valorisation de l'équilibre vie privée/professionnelle rend la pénibilité du métier médical moins acceptable.

Un système de santé sous tension

Le Luxembourg fait face à une pénurie critique de soignants. D'après le Plan National de Santé 2023, le pays devra recruter plus de 1.200 médecins et près de 3.800 infirmiers supplémentaires d'ici 2030 pour faire face à la demande croissante de soins. Ce défi est accentué par l'absence d'un centre hospitalier universitaire, qui limite la formation de médecins sur le territoire national. En conséquence, environ 65% des professionnels de santé exerçant au Luxembourg résident à l'étranger, principalement dans les pays frontaliers. Cette forte dépendance rend le système de santé luxembourgeois particulièrement vulnérable aux évolutions économiques, politiques et démographiques de ses voisins. Dans ce cadre, l'IA est à la fois un levier de modernisation et un soutien clé pour les soignants. Selon l'Eurobaromètre 2023, 76% des Européens pensent qu'elle jouera un rôle majeur dans l'accès aux soins d'ici 2030.

Avec l'essor de l'IA, le métier de médecin connaît déjà aujourd'hui de profondes transformations. Le « médecin augmenté » désigne un professionnel de santé qui intègre les outils d'IA dans sa pratique quotidienne pour renforcer ses capacités d'analyse, de décision et d'action. Il ne s'agit pas d'un médecin remplacé par la machine, mais d'un soignant dont l'expertise humaine est démultipliée par la puissance des algorithmes.

L'IA joue ici un double rôle : assistant médical pour automatiser les tâches répétitives et copilote décisionnel pour analyser des volumes massifs de données cliniques, biologiques ou d'imagerie. En s'appuyant sur ces technologies, le médecin gagne en temps, en précision et en efficacité – des atouts précieux dans un contexte où les systèmes de santé sont sous pression.

Des applications concrètes et prometteuses

L'IA fait déjà ses preuves dans de nombreux domaines médicaux. En radiologie, en dermatologie ou en ophtalmologie, elle aide à repérer des anomalies parfois imperceptibles à l'œil humain. Elle permet aussi d'exploiter efficacement les données cliniques ou génétiques pour adapter les traitements à chaque patient, ou encore anticiper certaines complications.

Au-delà du diagnostic, l'IA s'invite aussi dans l'organisation du travail : automatisation des comptes rendus, gestion optimisée des rendez-vous, amélioration des flux de patients dans les établissements de soins…

Ces outils permettent aux soignants de se recentrer sur l'essentiel : la relation humaine et la qualité des soins. Intégrer l'IA dans le secteur médical : de nombreux défis

L'émergence du « médecin augmenté » soulève des défis importants en matière de formation. Intégrer l'IA en médecine implique de savoir utiliser les outils, mais aussi d'en comprendre les limites et les biais. D'où la nécessité de cultiver une approche critique du numérique. Si des initiatives comme le cursus « médecin-ingénieur » de l'École Centrale de Lyon vont dans ce sens, la mise en œuvre reste difficile : les cursus universitaires initiaux sont déjà très denses, et dans un contexte de pénurie, la formation continue peine à trouver sa place dans des emplois du temps surchargés.

À cela s'ajoutent des obstacles organisationnels. De nombreux établissements de santé peinent à se coordonner efficacement sur les projets d'IA, chacun avançant souvent en ordre dispersé. Or, l'interopérabilité des outils numériques est essentielle pour garantir la cohérence des données, éviter les redondances et favoriser un déploiement à grande échelle. Sans effort commun, le risque est grand de voir se multiplier des solutions cloisonnées, inefficaces à l'échelle du système de soins.

La relation entre le patient et son médecin devra elle aussi s'adapter. L'IA ne doit en aucun cas fragiliser la confiance, mais au contraire la renforcer. Cela passe par une transparence accrue sur le fonctionnement des algorithmes, un strict respect de la confidentialité des données et une réflexion éthique sur leur utilisation. Le rapport traditionnel entre un médecin détenteur du savoir et un patient dépendant des explications a évolué. Aujourd'hui, la théorie médicale est à portée de clic – ou de prompt – pour quiconque dispose d'un moteur de recherche ou d'un assistant conversationnel. Dans ce nouveau paysage informationnel, la valeur ajoutée du médecin réside moins dans la détention du savoir que dans sa capacité à organiser, interpréter et contextualiser des données de plus en plus complexes, en s'appuyant sur son expérience clinique pour accompagner le patient avec discernement et humanité.

Des principes et des garanties

D'ailleurs, l'usage de l'IA revêt une sensibilité particulière en santé : il touche directement à la vie humaine. C'est pourquoi s'impose le principe de « garantie humaine », concept central dans le Règlement européen sur l'IA (AI Act), selon lequel toute décision médicale critique doit rester sous le contrôle d'un professionnel de santé. Ce principe vise à préserver la responsabilité, le discernement et l'éthique propres à l'humain, en évitant de déléguer entièrement les choix cliniques aux algorithmes. Pour que l'IA devienne un véritable atout dans le domaine médical, plusieurs conditions sont indispensables : un cadre réglementaire rigoureux, des algorithmes fiables et transparents, l'adhésion des professionnels et des patients, ainsi qu'une collaboration étroite entre médecins, ingénieurs et éthiciens. Sans cela, les outils risquent de rester inefficaces ou mal acceptés. Bien encadrée, l'IA pourra renforcer la pratique médicale sans en dénaturer l'essence. Le « médecin augmenté » restera avant tout un professionnel au service de l'humain.

1. On passe d'un monde où les maladies infectieuses (ex : tuberculose, rougeole) étaient majoritaires à un monde où les maladies chroniques non transmissibles et de longue durée deviennent prépondérantes (ex : diabète, cancer…).

PLUS D'ARTICLES
THE ECONOMY

LE VIETNAM DÉCOLLE : UNE OPPORTUNITÉ D'EMBARQUEMENT POUR LE LUXEMBOURG

TEXTE : HOAI THU NGUYEN DOAN / AFFAIRES ÉCONOMIQUES, CHAMBRE DE COMMERCE
PHOTO : ENVATO

Avec une croissance estimée à 4,9% en 2025[1], l'Asie Pacifique se profile comme une des régions les plus dynamiques au monde, bien au-dessus de la moyenne mondiale de 3,3% prévue par le FMI[2]. Le Vietnam y joue un rôle moteur, avec un taux de croissance de 7,1% en 2024 et l'ambition de devenir, d'ici 2045, un centre économique majeur reposant sur quatre piliers : industrialisation, transition verte, transformation numérique et intégration financière et logistique. Le Luxembourg, grâce à son expertise dans plusieurs de ces domaines, a tous les atouts pour devenir un partenaire stratégique de référence, en particulier dans le secteur financier, où il occupe une place de premier plan.

Le Vietnam prévoit la création de deux centres financiers à Hô Chi Minh-Ville et Đà Năng, officialisée par une résolution adoptée le 5 mars 2025 par le gouvernement vietnamien.

Deux centres financiers pour structurer l'avenir économique

Le premier vise un positionnement international, le second adopte un modèle hybride mêlant finance, tourisme et innovation. Cette résolution introduit un cadre réglementaire allégé, des incitations fiscales, ainsi que la légalisation des cryptoactifs[3] dès 2026. Elle encourage la Fintech, la blockchain et la finance durable, tout en facilitant l'accès des banques étrangères au sol vietnamien. Elle prévoit également un Centre d'arbitrage international et encourage les partenariats avec des places financières comme le Luxembourg, Singapour ou Hong Kong.

Finance durable et innovation : des synergies à développer

Cette stratégie représente une opportunité pour le Luxembourg, qui peut y valoriser son expertise en finance internationale, durable et Fintech. Le pays administre près de 5.000 milliards d'euros d'actifs, compte plus de 3.400 fonds, et se classe deuxième au monde pour les fonds transfrontaliers juste derrière les Etats-Unis[4]. Ce positionnement lui permet de structurer des véhicules d'investissement spécialisés pour canaliser des capitaux internationaux vers le marché vietnamien. Il peut également accompagner les entreprises vietnamiennes souhaitant lever des fonds en Europe, en facilitant leur accès à la Bourse de Luxembourg, via des introductions en bourse ou des émissions obligataires.

Le Grand-Duché est aussi leader en finance durable grâce à la Luxembourg Green Exchange (LGX), première plateforme dédiée aux titres durables, qui concentre plus de 50% des obligations vertes cotées dans le monde. Il peut ainsi accompagner le Vietnam dans la structuration d'obligations vertes et sociales.

Côté Fintech, le Luxembourg se classe quatrième en Europe selon McKinsey, avec le plus grand nombre de Fintechs fondées par habitant en 2021. Des géants comme PayPal ou Amazon y sont implantés. Le pays abrite également la Luxembourg House of Financial Technology (LHoFT), une plateforme nationale dédiée à l'innovation financière, qui soutient le développement des Fintechs en facilitant l'accès au marché européen et en encourageant les collaborations internationales. Grâce à cet écosystème dynamique, le Luxembourg est en mesure de proposer des solutions innovantes en matière de technologies bancaires, cloud computing, conformité réglementaire et blockchain, qui peuvent jouer un rôle clé dans la modernisation des infrastructures financières du Vietnam.

Une coopération bilatérale déjà engagée en finance

Les relations financières entre le Luxembourg et le Vietnam reposent d'ailleurs déjà sur des accords de coopération concrets. En 2022, un accord a été signé entre les bourses de Luxembourg et du Vietnam, visant à renforcer les liens dans le domaine boursier, à faciliter l'émission d'obligations vertes et à encourager le développement de produits financiers innovants, en appui à la transition énergétique et numérique du Vietnam.

L'année suivante, à l'occasion du 50e anniversaire des relations diplomatiques entre les deux pays, un partenariat bilatéral dans le domaine de la finance verte a été conclu. Dans ce cadre, la place financière luxembourgeoise met son expertise au service du Vietnam, à travers des programmes de formation en gestion de fonds responsables, le transfert de technologies liées aux énergies renouvelables, et un accompagnement dans la structuration d'in-

Hô Chi Minh-Ville est une des deux villes qui accueillera un centre financier.

frastructures financières durables, conformes aux standards internationaux.

Ces initiatives s'inscrivent dans un cadre économique déjà solide. Début 2023, le Luxembourg comptait 64 projets d'investissement au Vietnam, pour un montant cumulé de 2,6 milliards de dollars, ce qui en fait le troisième investisseur européen dans le pays. Le Vietnam était son 9e partenaire commercial hors UE, avec 213 millions d'importations contre 68,1 millions d'exportations.

Une ambition logistique et circulaire au cœur de l'Asie

Au-delà de la finance, le Vietnam vise à devenir un hub logistique régional, en investissant massivement dans ses infrastructures de transport. Sur ce terrain, le Luxembourg fait figure de référence, grâce à sa position centrale en Europe permettant de desservir en moins de 24 heures les principales zones économiques de l'Union européenne. Il abrite Cargolux, leader européen du fret aérien, et mise sur la logistique intelligente, portée par des technologies comme l'intelligence artificielle (IA) ou la blockchain, ainsi que par le Luxembourg Centre for Logistics and Supply Chain Management créé avec le Massachussetts Institute of Technology (MIT).

Le Vietnam s'oriente également vers une économie circulaire, en mettant l'accent sur l'efficacité énergétique, la valorisation des déchets et la production durable. Le Luxembourg, pionnier en la matière, peut accompagner cette transition. Il est notamment à l'origine du Product Circularity Data Sheet (PCDS), un standard européen innovant qui facilite la traçabilité et la réutilisation des matériaux tout au long de leur cycle de vie.

Dans un contexte où l'Asie Pacifique devient le moteur de la croissance mondiale, le Vietnam incarne une dynamique ambitieuse, tournée vers l'innovation, la durabilité et l'intégration globale. Cette trajectoire ouvre un champ de coopération inédit pour le Luxembourg, dont l'expertise reconnue en finance, en logistique et en économie circulaire trouve un écho naturel dans les priorités vietnamiennes. En s'appuyant sur les partenariats déjà engagés et en développant de nouvelles synergies, les deux pays ont l'opportunité de bâtir une alliance stratégique à long terme, créateur de valeur, d'impact et de résilience. Le Vietnam décolle. Le Luxembourg peut y embarquer pleinement. Va-t-il le faire ?

1. Asian Development Bank (ADB), Economic Forecasts for Asia and the Pacific: April 2025.
2. FMI, Perspectives de l'économie mondiale, janvier 2025.
3. Les cryptoactifs sont des actifs numériques, comme le Bitcoin, qui circulent sur internet sans passer par une banque ou une autorité centrale. Ils servent notamment à payer, investir ou accéder à des services, grâce à une technologie sécurisée appelée blockchain.
4. Source : Luxembourg for Finance.

PLUS D'ARTICLES
THE ECONOMY

ABSENTÉISME : LES EMPLOYEURS ACCUSENT LE « COÛT »

TEXTE : JEAN-MICHEL CAVALLI
PHOTO : ENVATO

Le mal gagne du terrain et préoccupe le monde entrepreneurial. En 2023, le coût de l'absentéisme au travail culminait à 1,2 milliard d'euros. De quoi impacter la productivité, la compétitivité et, en bout de chaîne, la rentabilité des entreprises. Les employeurs réclament des mesures concrètes pour juguler ce phénomène décrit comme un véritable « fléau » par l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL).

Aborder le sujet sensible de l'absentéisme au travail requiert une infinie précaution. S'en tenir à l'examen des chiffres apparaît comme la voie la plus sûre pour introduire et dépassionner le débat. Car sur ce point, le constat ne souffre d'aucune contestation : une vague d'arrêts maladie déferle sur le Luxembourg ces dernières années.

Le diagnostic

Une véritable épidémie. Dans son dernier rapport rendu publique en 2024, l'Inspection générale de la sécurité sociale (IGSS) pointait un taux d'absentéisme de 5,2 % sur l'année 2022. Un an plus tôt, cet indicateur clé – qui désigne le pourcentage d'absences rapporté au nombre de jours travaillés – s'établissait à 4,4 %. L'IGSS, qui radiographie ces données depuis 2006, n'avait jamais constaté une telle hémorragie. Un record, donc. A titre de comparaison, en n'excédant pas les 3,9 %, le taux d'absentéisme évoluait dans ses standards habituels sur la période 2013-2019. Conclusion froide et (volontairement) désincarnée : il y a bien un avant et un après Covid-19.

La facture induite par cette accélération brutale des jours de défection au travail s'avère colossale. Après avoir franchi la barre symbolique du milliard d'euros en 2022, le coût de l'absentéisme se creuse encore : il culmine à 1,2 milliard d'euros en 2023, *« et ce pour son seul coût direct en matière de continuation des salaires »*, déplore l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) dans une prise de position récente. L'organisation patronale n'occulte pas les nombreuses dépenses *« annexes »* enfantées par cette banalisation des arrêts maladie comme *« le coût de remplacement du personnel, (les) coûts de gestion, (les) pénalités de retards… »* Et s'interroge : *« Pourquoi (l'absentéisme) a-t-il cru de 18 % dans son ensemble entre 2019 et 2023 (avec des premières indications montrant une nouvelle hausse supplémentaire tangible en 2024) ? »*

Servir une réponse générale, toute faite aux causes de cette pathologie semble hasardeux. A défaut, l'UEL a mené sa propre enquête dans les entreprises en 2024 afin d'affiner le diagnostic. Cette concertation, menée en ligne et sur la base du volontariat, amène également son lot de questions : *« Pourquoi l'absentéisme est-il trois fois plus élevé le lundi et deux fois plus élevé le vendredi que les autres jours de la semaine ? Pourquoi augmente-t-il avec la taille des entreprises ? »*

Enfin, une dernière donnée instructive leste le rapport précédemment cité de l'Inspection générale de la sécurité sociale (IGSS). Elle relève, en 2022, un absentéisme plus prononcé chez les frontaliers (5,6 %) que chez les résidents (4,8 %).

Les remèdes

L'UEL ne réduit pas son intervention au seul constat. Elle souhaite également partager ses préconisations. Et le moment paraît idéal. Le 24 février 2025, le ministère de la Santé et de la Sécurité sociale a constitué un groupe de travail dédié au sujet. A la lecture de sa prise de position postée le 19 février sur son site internet, l'UEL souhaiterait que ce groupe pluridisciplinaire – composé entre autres de membres de ministères, de l'IGSS ou encore de la Caisse nationale de santé (CNS) – se penche sur les arrêts maladie de courte durée *« et surtout leur démultiplication qui*

désorganisent le plus nos entreprises, qui les mettent quotidiennement devant des défis insurmontables et qui perturbent les autres équipes en place en entreprise ». De son point de vue, la lutte contre l'absentéisme passera par *« des contrôles médicaux effectués à plus grande échelle et de manière plus fréquente dans le cadre des arrêts plus courts et répétés »*. En ce sens, l'UEL plaide pour un renforcement structurel du Contrôle médical de la sécurité sociale (CMSS) afin de lui *« permettre d'adapter le nombre de médecins-conseils parallèlement à l'évolution des certificats d'incapacité de travail. »*

D'autres pistes sont encore évoquées : citons notamment *« un contrôle et in fine la sanction des comportements de prescription anormaux dans le chef des médecins-prescripteurs à commencer par les fameux automates à arrêts de maladie »*, *« une collaboration plus efficace avec les autorités de santé des pays limitrophes »*, *« la suppression des majorations de salaires pour les salariés en incapacité de travail »*, etc.

Outre l'UEL, la Fédération des Industriels Luxembourgeois (FEDIL) a régulièrement pris position pour dénoncer le poids de l'absentéisme. L'année dernière, elle formulait des recommandations concrètes prévoyant, elles aussi, davantage de contrôles administratifs réalisés au domicile des salariés absents. La FEDIL militait encore pour l'instauration d'un jour de carence, réduisant donc d'un jour l'indemnisation versée aux employés. Une méthode déjà en cours dans de nombreux pays européens, cette carence pouvant même, sous certaines conditions, s'étendre sur trois jours en France.

En somme, à quelques nuances près, le monde patronal parle d'une même voix et préconise des remèdes voisins. Reste maintenant à savoir quel levier sera actionné par les pouvoirs publics pour engager un mouvement de reflux de cette épidémie d'absentéisme.

PLUS D'ARTICLES
THE ECONOMY

3 QUESTIONS À MARC WAGENER, DIRECTEUR DE L'UEL

Que vous inspire la conclusion de votre enquête sur l'absentéisme menée dans les entreprises en 2024 ?

Il nous semblait nécessaire de dépasser ce ressenti suggérant un absentéisme en forte hausse. Notre enquête, réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 900 entreprises, confirme une augmentation préoccupante et continue de l'absentéisme. Il en ressort notamment qu'un quart des absences semblent injustifiées, qu'il existe une certaine concentration des arrêts maladie les lundis et vendredis, et que, sans vouloir porter de jugement de valeur, l'absentéisme semble plus marqué chez les travailleurs frontaliers. Cette enquête met également en lumière la multiplication des arrêts sur une courte période. Leur caractère imprévisible se révèle très déstabilisant pour les organisations.

Qu'attendez-vous du groupe de travail constitué par le ministère de la Santé et de la Sécurité sociale ?

Il est nécessaire de réallouer des ressources pour renforcer les contrôles des salariés accumulant des arrêts courts (par exemple deux jours). Une autre mesure de contrôle est requise au niveau des prescripteurs. Les généralistes qui se situent bien au-dessus de la médiane des prescriptions devraient pouvoir être convoqués par la commission de surveillance et s'expliquer. Petite précision : notre volonté n'est pas de lancer une chasse aux sorcières. Je pars du principe que l'écrasante majorité des personnes malades le sont pour des raisons légitimes. Cependant, il est indéniable qu'une zone grise persiste autour de l'absentéisme, notamment illustrée par cette statistique : entre 10 % et 14 % des personnes en arrêt, vues par le Contrôle médical de la sécurité sociale, sont finalement déclarées capables de travailler.

Certains pointent le management comme facteur aggravant de l'absentéisme. Selon vous, les entreprises seraient-elles inspirées de faire leur auto-critique ?

Charité bien ordonnée commence par soi-même… Comme pour les médecins, les managers et les salariés, la majorité des employeurs est de bonne foi. Cependant, cela ne signifie pas qu'il n'existe pas, dans certains cas, des comportements problématiques. Lorsqu'une entreprise enregistre un taux d'absentéisme cinq à six fois supérieur à la moyenne de son secteur, cela devrait l'inciter à se remettre en question. Le but d'une entreprise est de produire une valeur qui puisse être vendue sur un marché ; mais cela se fait avec des hommes et des femmes. Si vous négligez cette dimension humaine, il sera difficile d'attirer des talents, et encore plus de les retenir.

IMPÔT, INNOVATION, VIEILLISSEMENT… 4 PISTES À RETENIR

TEXTE : PAUL DIDIER, LUCIE MARTIN ET ANTHONY VILLENEUVE / AFFAIRES ECONOMIQUES, CHAMBRE DE COMMERCE
PHOTO : ENVATO

Les 19, 20 et 21 mars 2025, s'est tenue la 13e édition du Printemps de l'Economie à Paris, réunissant de nombreux économistes, hauts-fonctionnaires, dirigeants d'entreprises ou responsables d'ONG, autour d'une série de tables rondes. Le thème de l'action publique était au cœur des discussions. Trois économistes de la Chambre de Commerce vous en livrent ici les enseignements les plus marquants, en 4 citations.

1. L'impôt sert à dégager des moyens pour les politiques publiques, pas pour tordre l'économie

Denis Ferrand, le directeur général du centre de recherche Rexecode, déplore que la fiscalité soit progressivement devenue un outil de correction des comportements, en dépit d'une efficacité relative et d'effets économiques parfois contre-productifs.

L'exemple du *« coin socio-fiscal »* est révélateur : cet indicateur, utilisé pour calculer le degré de taxation totale des revenus du travail, a été utilisé par la France comme outil de politique publique pendant trente ans. Dès le milieu des années 1990, pour compenser l'inflexibilité du salaire minimum et lutter contre le chômage des moins qualifiés, la France a réduit les prélèvements sur les bas salaires. Résultat : un coin socio-fiscal très faible pour les bas revenus… mais parmi les plus élevés d'Europe pour les hauts revenus.

Cette stratégie a encouragé la création d'emplois peu qualifiés, sans améliorer l'inclusion dans l'emploi des personnes concernées : le taux d'emploi des moins qualifiés est resté stable à 55% depuis 1993. Une illustration frappante d'un impôt qui, détourné de sa finalité, finit par déformer l'économie sans régler les problèmes de fond.

2. L'évaluation des politiques publiques est consubstantielle d'une bonne démocratie

Comme l'indique l'économiste, maître de conférences à l'EHESS, Antoine Bozio, les outils d'évaluation des politiques publiques ne sont pas encore assez diffusés, surtout à l'échelle locale. Pourtant, l'évaluation est nécessaire pour permettre aux citoyens de faire des choix éclairés. Elle permet aussi d'améliorer l'acceptabilité des décisions prises, en particulier en matière de fiscalité.

Pour y remédier, Antoine Bozio, également directeur de l'Institut des politiques publiques plaide pour diffuser une véritable culture de l'évaluation auprès des élus comme du grand public, et appelle à la mise en place d'instruments concrets, à l'instar d'une *« bibliothèque »* recensant toutes les politiques publiques, avec une analyse systématique de leurs coûts et de leurs bénéfices

3. En matière d'innovation et de recherche, sur tous les indicateurs qui comparent l'Europe et les Etats-Unis, nous sommes dans un rapport de un à deux

L'économiste, professeur à la Paris School of Economics, Patrick Artus, s'alarme du retard européen en matière d'innovation. Cet écart s'explique en partie par une spécificité propre à l'Europe : un modèle budgétaire centré sur la protection sociale. En 2022, l'Union européenne (UE) y consacrait 27,9% de son PIB[2], contre 22,7% aux Etats-Unis en 2021[3]. Résultat : une marge de manœuvre plus limitée pour investir massivement dans l'innovation et la recherche. En 2023, l'UE allouait 2,22% du PIB à la R&D, loin des 3,7% des Etats-Unis en 2022.

Le paradoxe : certains Etats membres dépensent autant, voire plus, que les Etats-Unis en matière de recherche, mais le retard technologique de l'UE persiste et de véritables champions industriels peinent à émerger. L'UE reste freinée par une fragmentation institutionnelle, une régulation importante et une aversion au risque marquée.

Le vieillissement de la population n'est pas sans conséquence, notamment, sur le financement des retraites.

À cela s'ajoute une différence structurelle. *« En Europe, les gains de productivité profitent aux salariés sous forme de hausses de salaires,* constate Patrick Artus. *Le principal levier de croissance pour l'UE reste l'augmentation de l'emploi. À l'inverse, aux États-Unis, ces gains bénéficient surtout aux entreprises, sous forme de profits, malgré un taux d'emploi plus faible. »*

Les Etats-Unis misent aussi sur un Etat moins présent socialement, mais stratégiquement orienté vers la recherche et l'innovation. Porté par un secteur privé puissant, des financements massifs et une forte capacité d'attraction des talents et des capitaux, l'innovation y est rapide et compétitive – et souvent alimentée par des idées et des ressources venues d'Europe. Un modèle très inégalitaire, qui semble néanmoins efficace pour prendre un avantage technologique.

Face à ce déséquilibre croissant, l'UE est à un tournant : comment préserver l'ADN social du Vieux Continent sans décrocher durablement dans la course mondiale à l'innovation ?

4. Nous sommes face à un véritable choc du vieillissement. Nous entrons dans une nouvelle phase, dans laquelle les baby-boomers vont entrer dans le grand âge et la dépendance.

L'avertissement vient d'Alain Villemeur, Docteur en Sciences Économiques à l'Université Paris-Dauphine. Celui-ci alerte : *« La fragilité de la génération des baby-boomers va se manifester de plus en plus, avec une très forte progression du nombre de personnes dépendantes dans les dix prochaines années. »* Et les conséquences économiques anticipées sont majeures. *« Si l'on veut respecter des normes de qualité dans la prise en charge de la dépendance, il faut en moyenne un encadrant pour une personne dépendante. »*

Au Luxembourg, où les difficultés de recrutement dans le secteur de la santé sont réelles, l'enjeu est important. Alors qu'on comptait 25.000 personnes âgées de plus de 80 ans en 2020, ce nombre pourrait atteindre 70.000 personnes en 2050 et plus de 85.000 en 2060, selon les projections démographiques de l'ONU.

Qui va payer pour financer leur prise en charge ? Est-ce que la solidarité générationnelle doit s'appliquer ou est-ce que l'on va demander uniquement aux retraités de financer leur dépendance ? *« C'est une question sociétale majeure qui va se poser dans les prochaines années »*, prédit Alain Villemeur.

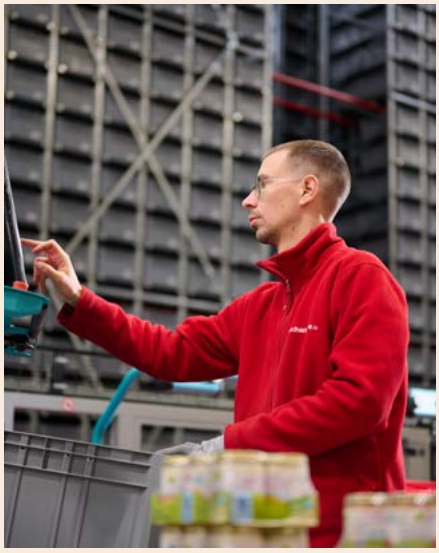
1. Eurostat (Dépenses de protection sociale).
2. OurWorldInData.org (Public social spending as a share op GDP), OCDE.

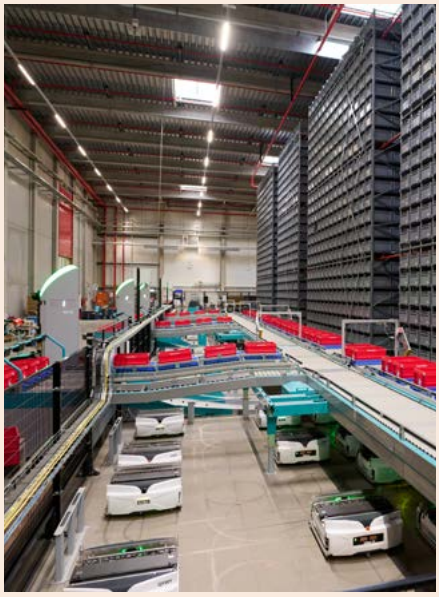
PLUS D'ARTICLES
THE ECONOMY

AUCHAN RETAIL LUXEMBOURG / EXOTEC

LA PRÉPARATION DES COMMANDES AUTOMATISÉE

TEXTE : CORINNE BRIAULT
PHOTOS : AUCHAN RETAIL LUXEMBOURG ET EXOTEC





Le système Skypod accompagne la croissance du e-commerce de l'enseigne au Luxembourg et améliore les conditions de travail des collaborateurs.

Véritable enjeu d'avenir dans le domaine de la logistique, le nombre des entrepôts intelligents et robotisés est en constante évolution. Auchan Retail Luxembourg a équipé son entrepôt de Dudelange du système Skypod d'Exotec, concepteur et fournisseur mondial de solutions robotisées pour les entrepôts.

La première installation Exotec au Grand-Duché se compose de racks de 12 mètres de haut dans lesquels 37 robots Skypod se déplacent de manière autonome dans toutes les directions pour extraire les produits de 15.300 bacs. Ils les acheminent ensuite vers l'une des trois stations de préparation où la commande est finalisée. Le système automatisé augmente ainsi naturellement le rendement de l'entrepôt, un des objectifs souhaités par Auchan Retail Luxembourg, qui cherchait *« dans un premier temps, un outil pour accompagner la croissance du e-commerce de l'enseigne au Luxembourg et améliorer les conditions de travail des collaborateurs »*. Exotec répondait parfaitement à cette demande. *« En automatisant les activités de l'entrepôt, Auchan Retail Luxembourg a considérablement augmenté la qualité et la fiabilité du processus de préparation des commandes. De plus, cela évite aux employés de marcher et de soulever des charges, améliorant ainsi considérablement les conditions de travail »*, explique Rémy Malchirand, vice-président directeur des ventes pour l'Europe de l'Ouest chez Exotec.

Aujourd'hui, avec l'essort du e-commerce, les consommateurs s'attendent généralement à recevoir leur commande dans les 24 heures : *« le nouveau système nous a permis d'augmenter le nombre de références disponibles en ligne. De plus, en termes de productivité, après une période d'adaptation et de prise en main de l'outil nous avons atteint la productivité cible de 915 commandes par jour. Enfin, les équipes ont rapidement plébiscité et adopté l'outil pour son confort de travail »* précise-t-on chez Auchan Retail Luxembourg.

Autre avantage du système : grâce à la hauteur des rayonnages accessibles aux robots Skypod, l'empreinte au sol du stockage a été réduite permettant une augmentation de la capacité de stockage de l'entrepôt de 17 %. En effet, le système Skypod n'occupe plus que 749 m² de surface au sol contre 2.200 auparavant, ce qui a permis aussi d'augmenter le nombre de références disponibles portant le total à plus de 13.000, et l'ouverture de deux nouvelles succursales pour encore mieux desservir le territoire luxembourgeois.

Au total, 160.000 commandes sont préparées chaque année à partir de l'entrepôt de Dudelange, qui sont livrées via des points de distribution dans tout le Grand-Duché. L'objectif de ce système d'entrepôt automatisé est également de permettre aux clients qui habitent à proximité de venir chercher les produits souhaités dix minutes seulement après leur achat.

PLUS D'ARTICLES TRENDS

VOTRE PROJET D'ÉNERGIE SOLAIRE, TOUT-EN-UN

klima-agence.lu

Avec notre conseil gratuit et indépendant et les aides Klimabonus, produisez votre propre électricité en toute simplicité.

klima agence

Shaping our future together

LE GOUVERNEMENT DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Financé par le Fonds climat et énergie

FERMES URBAINES

RAPPROCHER PRODUCTEURS ET CONSOMMATEURS

TEXTE : CATHERINE MOISY
PHOTOS : MARKUS SPIKE /UNSPLASH (1), GIGI / UNSPLASH (2), KATERYNA HLIZNITSOVA / UNSPLASH (3)

Ces dernières années, le concept des fermes urbaines a séduit de plus en plus de villes. Plusieurs expériences ont fait leur preuve à l'étranger. Le Luxembourg s'y met également et, à la faveur de la manifestation LUGA (Luxembourg Urban Garden, 7 mai-18 octobre 2025), accueille une nouvelle initiative, à grande échelle, au Kirchberg.

Dans un monde où l'urbanisation croissante et les préoccupations environnementales sont au cœur des débats, les fermes urbaines émergent comme une solution innovante et durable. Ces espaces verts atypiques sont d'abord nés en Asie, dans la ville-état de Singapour. New-York a suivi avant que la tendance ne se retrouve sur tous les continents. Ces « fermes » se développent sur les toits, dans des cours, des jardins partagés ou tout autre espace public et sont parfois couplées à un marché ou liées à un ou plusieurs restaurants. Généralement la production est constituée de fruits et légumes et/ou de petit élevage (poulets, lapins, abeilles, voire cochons, chèvres, brebis…) ou même de poissons (Aquaponie).

Les fermes urbaines ne se contentent pas de fournir des produits agricoles ; elles jouent également un rôle éducatif et social. Elles sensibilisent les citadins à l'importance de l'agriculture durable, offrent des opportunités de bénévolat et de formation, et créent des espaces de rencontre et de partage au sein des communautés. En reconnectant les habitants des villes avec la nature et les cycles de production alimentaire, les fermes urbaines favorisent une prise de conscience écologique et un mode de vie plus sain. Le public est plus conscient de ces enjeux depuis la crise de la covid 19.

Le fait de s'installer en ville crée néanmoins quelques contraintes à prendre en compte pour tout projet : la pollution des villes étant une réalité, il faudra éviter de s'installer aux abords de certains sites industriels. La logistique en ville (trafic, peu d'espaces de stationnement…) est aussi souvent plus compliquée qu'à la campagne.

Au Luxembourg, plusieurs initiatives existent, que ce soit la multiplication des jardins communautaires partagés – cinq sur le territoire de Luxembourg ville- la création en 2014 du centre agro-écologique Terra qui vend ses produits sur abonnement, l'apiculteur *Hunneg Këscht* qui produit son miel en ville et propose l'installation de ruches sur les toitures ou encore *Fësch Haff* qui a introduit l'aquaponie au Luxembourg.

Le dernier développement en date a trouvé son terrain de jeu au Kirchberg.

Une ferme en bordure du quartier d'affaires

C'est une histoire d'amis qui décident de s'engager pour une agriculture saine, durable et locale et de ramener l'agriculture au cœur des villes. Mêlant les approches traditionnelles, telles que le maraîchage et l'agroforesterie, avec des techniques innovantes comme la bioponie (culture de plantes hors sol), Aurel & Axel vise à fournir une variété étendue de fruits et légumes toute l'année, sans générer de déchets.

Après un lancement réussi en France (120 restaurants sont livrés chaque semaine) et une première expérience luxembourgeoise en 2023 sur le toit du bâtiment du Conseil pour le Développement Économique de la Construction (CDEC) à Bettembourg, les associés de Aurel & Axel passent à la vitesse supérieure avec leur nouveau projet s'étendant sur environ 20.000 m² (maraîchage, vergers et serres) au Kirchberg. Ce projet a été initié par le Fonds Kirchberg, dans le cadre de l'aménagement des futurs quartiers *Laangfur* et *Kuebebierg* respectant le principe des courtes distances. La jeune entreprise y met l'accent sur les produits saisonniers, économes en eau et adaptés au terrain. Ils proposent également des services communautaires tels que la vente de produits, une petite restauration sur place ainsi que des échanges pédagogiques et des conseils de jardinage.

3 QUESTIONS À BRITTA JAEGDE ET DARIO CASTOLDI, ASSOCIÉS DE AUREL & AXEL :

Quelle est la spécificité du projet que vous développez au Kirchberg ?

D'habitude, nous cherchons des terrains dans des quartiers de ville déjà existants. Ici, nous avons la chance d'arriver sur un projet où le quartier n'est pas encore sorti de terre. En quelque sorte, notre ferme en sera le cœur et le quartier sera construit autour. Et pour nous, ce projet tombe à pic, au moment où nous avons acquis assez d'expérience pour nous lancer sur un projet d'ampleur. La surface qui nous est allouée est en effet très importante pour un centre-ville de capitale européenne. Nous avons le souhait d'inspirer d'autres villes avec ce modèle car les populations urbaines croient très rapidement et la production de produits alimentaires en cœur de ville sera bientôt une solution incontournable.

Qui pourra bénéficier des produits de la ferme ?

Dans une logique de consommation locale, nous proposons nos produits aux habitants actuels du Kirchberg et aux nombreuses sociétés du plateau, sous forme de paniers ou de box contenant un assortiment de fruits, légumes ainsi que des œufs de nos poules. Ensuite, quand le quartier sera construit, les produits seront destinés en priorité à ses habitants selon le principe *« buy locally, consume locally »* !

Est-il possible de développer des fermes urbaines sur les toits des entreprises ?

Oui bien sûr, cela se fait beaucoup à Paris par exemple. Au Luxembourg, il y a l'exemple de notre première ferme à Bettembourg. Il suffit de disposer d'un toit plat permettant l'installation de bacs hors sol où cultiver des herbes et des petits fruits et légumes. L'entreprise peut ensuite utiliser ces produits pour la préparation de repas spéciaux de *team building* ou d'opérations de sensibilisation. Notre conseil est cependant de respecter la biodiversité locale. Ne pas essayer d'acclimater des espèces non locales car cela pourrait avoir des conséquences néfastes sur le reste de l'écosystème naturel.

1. Une grande variété de légumes et petits fruits peuvent être produits dans les fermes urbaines.

2. 3. Les entreprises dont le bâtiment bénéficie d'un toit plat peuvent aménager des espaces potagers où les salariés pourront participer à la culture maraîchère lors d'ateliers de *team building* par exemple.

PLUS D'ARTICLES TRENDS

CHRISTOPHE BIANCO

« ON TRAITE DES CYBERATTAQUES TOUS LES JOURS »

TEXTE : JEAN-MICHEL CAVALLI
PHOTOS : CHARLY PETIT / CHAMBRE DE COMMERCE

Face à une cybercriminalité toujours mieux organisée, Christophe Bianco invite les entrepreneurs à sécuriser leurs réseaux informatiques.

Quinze minutes et des poussières, soit le temps imparti à Christophe Bianco pour son intervention aux Future Ready Days : *« Pour ceux qui me connaissent, un quart d'heure, c'est un challenge… »* Le co-founder d'Excellium Services a pourtant relevé le défi. Ce grand nom de la cybersécurité a fait un passage remarqué, le 11 mars dernier à la Luxexpo, cadre de la première édition de l'évènement co-organisé par le ministère de l'Economie, la House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers.

Axé sur la digitalisation des PME, ce rendez-vous a mis l'accent sur un domaine familier de l'expert, que l'on pourrait résumer par cette question volontairement naïve : les voies de l'intelligence artificielle sont-elles impénétrables ? Evidemment, pour les cybercriminels, non…

Pouvez-vous vous présenter en quelques mots et décrire votre parcours ?

J'évolue dans l'univers de la cybersécurité depuis 1996. Ces douze dernières années, j'ai cofondé la société luxembourgeoise Excellium. Elle compte un peu plus de 200 personnes réparties sur le Luxembourg et la Belgique. Parce que c'est un monde qui nécessite énormément d'investissement et de capacité, nous avons intégré le groupe de défense français, Thales, en 2022. Dans notre volonté de rejoindre un acteur d'importance internationale, nous avions également pris en compte l'environnement géopolitique. Non seulement nous souhaitions rejoindre un acteur européen mais aussi un industriel car notre domaine est avant tout un domaine d'expertise. C'est nécessaire qu'ils s'emparent de ces sujets, il en va de notre confiance dans nos environnements numériques.

L'actualité, qui remet la souveraineté européenne sur le devant de la scène, vous donne raison…

Oui, il semblerait… Nous avons donc fait cette opération de cession mais je suis resté dans la société en tant que responsable des ventes au niveau mondial. L'expertise développée au Luxembourg a été reconnue par Thales, un groupe qui emploie tout de même 80.000 personnes… En tant qu'entrepreneur, c'est toujours valorisant de voir que ce que tu as construit se développe. En parallèle, j'exerce comme professeur associé à l'école d'ingénieurs Telecom Nancy. J'encourage aussi mes collaborateurs à intervenir dans une dizaine de cursus au Luxembourg et dans la grande région.

C'est important de transmettre ?

Ce n'est pas juste une histoire de transmission. Notre business dépend de compétences et ces compétences, il faut les infuser car nous sommes sur des métiers nouveaux, qui n'existent pas. Il faut motiver les jeunes à embrasser ces carrières technologiques. Notre problème, dans les métiers de la cybersécurité, c'est que tout le monde pense que le job c'est *« pull-capuche, Red*

Bull et hacking » ; or il y a autant de métiers que de sujets dans le cyber. Autant l'avenir est incertain dans plusieurs métiers, autant dans la cybersécurité, le champ est vaste.

Selon vous, quelles sont les trois grandes tendances qui vont transformer l'entrepreneuriat d'ici 2030 ?

Je ne suis pas voyant…

Contrairement à l'IA, basée sur la prédiction comme vous le souligniez lors de votre intervention…

Je crois que l'on va se calmer rapidement avec tout l'argent dépensé dans l'IA. Aujourd'hui, on a du mal à valoriser le volume de data produit. Or l'IA est basée sur l'analyse de ces data, donc tant que nous n'aurons pas des gens qui pensent data, ce sera compliqué de développer des modèles économiques viables.

Pour en revenir à ces trois tendances, donc ?

En premier lieu, la recherche de modèles économiques soutenables et résiliants favorisant la flexibilité et l'adaptabilité. Monter un business en posant un plan sur cinq ans est de plus en plus difficile, le marché bouge trop vite. Ce qui va faire la différence d'ici 2030, c'est la capacité à piloter en temps réel, à tester rapidement et à ajuster en fonction des données. Le monde des affaires est de plus en plus imprévisible, avec des crises économiques, sanitaires et géopolitiques qui se succèdent. Les entrepreneurs devront être agiles et capables de s'adapter rapidement aux changements. La deuxième tendance tient à la bataille pour les talents du fait de la digitalisation accrue. Le recrutement et la rétention sont déjà des challenges pour de nombreuses entreprises. D'ici 2030, il sera de plus en plus dur de recruter des salariés. J'ai l'impression qu'il faudra jongler entre collaborateurs fixes, freelances, experts à la demande, et miser sur des valeurs fortes pour attirer les bonnes personnes. Les entreprises qui ne s'adapteront pas perdront la guerre des talents. Enfin, je pense que l'on se dirige vers une révolution des business models : vendre un produit ne suffira plus, on vendra une expérience, une communauté et un impact. Les consommateurs et les entreprises clientes deviennent de plus en plus exigeants. Il faudra proposer un écosystème, une expérience et une relation durable. Cela passera par des modèles par abonnement (SaaS, services à la demande, offres évolutives), l'intégration des clients dans la création du produit (co-création, personnalisation) et un engagement sur des valeurs fortes (impact écologique, transparence, responsabilité sociale).

Un message clé que vous aimeriez faire passer aux lecteurs de Merkur ?

L'importance de la digitalisation, un élément majeur pour les entrepreneurs. Mais cela requiert la prise en compte de ces trois impératifs : piloter l'adoption et ne pas la subir, investir dans la formation et le développement des compétences (les entreprises devront former leurs employés aux nouvelles technologies et aux compétences du futur) et renforcer la cybersécurité du fait de la dépendance accrue au digital. Avec la digitalisation croissante, la protection des données et des systèmes est cruciale.

Sur ce point, comment convertir des PME à ces systèmes de protection souvent très coûteux ?

C'est compliqué… Lorsque j'ai cofondé la société il y a douze ans, nos cibles étaient les PME et PMI. Mais un modèle économique basé sur l'expertise avec de fort besoins d'investissement amène à des coûts de prestation qui peuvent être un peu dissuasif pour une PME ou PMI qui ne peut pas engloutir son budget annuel dans une simple prestation ponctuelle. Donc je pense, là, que la posture du gouvernement est assez exemplaire. Les grosses entreprises ont les moyens mais ce sont les PME/PMI qui font le tissu économique de notre pays. Donc il faut une collaboration secteur privé - secteur public pour développer des capacités et essayer de créer des synergies. Et d'avoir des incitatifs pour que des gros, comme nous, reversent un peu à la communauté. L'idée, c'est d'accompagner, a minima, à la sensibilisation aux bonnes pratiques. Mais encore faut-il que les dirigeants de PME trouvent du temps dans leur agenda surchargé.

Face à une cybercriminalité toujours mieux organisée, ce minimum requis n'apparaîtrait-il pas comme presque vital ?

Je peux vous donner les statistiques, on traite des cyberattaques tous les jours. Cela m'arrive régulièrement de dire à des dirigeants de PME que je ne peux pas les aider, parce que c'est trop tard. Un exemple récent ? Un entrepreneur a réglé 15.000 euros à un artisan. C'était une fausse facture numérique. Ces 15.000 euros, il ne les retrouvera jamais. Aujourd'hui, on utilise de la nouvelle technologie sans en avoir la moindre compréhension. On n'a pourtant pas idée de conduire une voiture sans avoir le permis…

Cette conduite dangereuse n'est-elle pas induite par la facilité de prise en main de l'IA ?

En effet, on essaie de la rendre la plus abordable et utilisable pour les néophytes, mais on occulte les problématiques liées à son usage. Quand quelqu'un télécharge son résultat financier dans ChatGPT pour obtenir une synthèse, est-ce qu'il a conscience de transférer des données confidentielles à une boîte qui va les utiliser de manière publique ? Pas besoin d'être expert pour se prémunir de ces risques. Il faut garder à l'esprit que l'IA est un outil, que l'on peut challenger mais dont il faut toujours vérifier la pertinence. Le piège, c'est que quand on reçoit une information de ChatGPT, c'est tellement bien écrit qu'on a toujours l'impression que c'est vrai…

PLUS D'ARTICLES
TRENDS

COMMENT OBTENIR UN MICROCRÉDIT ?

Première institution de microfinance au Luxembourg, Microlux propose des financements aux entrepreneurs n'ayant pas accès au crédit bancaire traditionnel. Depuis peu, cette Société à Impact Sociétal (SIS) a relevé le plafond de ses microcrédits, le faisant passer de 25.000 euros à 50.000 euros.

Créée en 2016 par ADA (Appui au Développement Autonome), la BGL BNP Paribas, l'ADIE et le Fonds Européen d'Investissement (FEI), Microlux s'impose comme l'un des relais privilégiés des « micro-porteurs » de projets entrepreneuriaux. Au 31 décembre 2024, cette entreprise sociale à but non lucratif a octroyé 321 crédits d'un montant maximal de 25.000 euros. Depuis février 2025, elle a doublé le montant de ce plafond. Pour Samuel Paulus, senior manager de Microlux, *« ce passage à 50.000 euros permet d'accompagner encore plus efficacement les micro-entrepreneurs, surtout ceux qui ont besoin d'un local commercial pour démarrer leur activité, en leur offrant un soutien financier adapté à la réalité du marché luxembourgeois »*.

QUELLES SONT LES DÉMARCHES À ENTREPRENDRE ?

❶ Le contact peut s'établir par téléphone, par mail ou via un formulaire de contact en ligne.
❷ L'étape de vérification de l'éligibilité du projet passée, une première entrevue sera proposée au demandeur.
❸ Le porteur de projet peut bénéficier d'un accompagnement gratuit de la part d'un bénévole pour l'aider à finaliser son business plan.
❹ Dernière étape: le dossier sera présenté à un comité de crédit qui décidera de l'octroi du microcrédit.

QUEL PROFIL D'ENTREPRENEUR EST ÉLIGIBLE À CE DISPOSITIF?

❶ Tout entrepreneur n'ayant pas accès au crédit bancaire pour créer ou développer son entreprise.
❷ Une condition: rester dans le cadre de la microentreprise, à savoir une entreprise occupant moins de 10 employés et qui a un chiffre d'affaires annuel ou un total de bilan n'excédant pas 2 millions d'euros.
❸ Les domaines d'activités les plus représentés sont : le commerce, l'Horeca, les services esthétiques et le transport

QUEL DÉLAI DE TRAITEMENT ?

Une dizaine de jours en moyenne.

CONDITIONS À REMPLIR ?

❶ Tous les demandeurs de microcrédit doivent se prévaloir d'une personne garante à hauteur d'un tiers du montant du microcrédit.
❷ S'agissant des microcrédits supérieurs à 25.000 euros, les conditions supplémentaires suivantes s'appliquent :

→ Pour les créateurs d'entreprise : un apport personnel minimum de 20 % du plan de financement total est requis
→ Pour les entrepreneurs déjà en activité : un historique recensant un an d'activité est requis

PLUS D'ARTICLES HOW IT WORKS

Rendez-vous sur

Wortimmo.lu

Your home matters.

*Données en date du 16 janvier 2025

FORUM
SÉCURITÉ - SANTÉ
AU TRAVAIL
Conférence

VISION ZERO
RISQUES ACCIDENTS MORTS

Thème de la conférence

SÉCURITÉ ET SANTÉ FACE AUX DÉFIS D'UN MONDE DU TRAVAIL EN ÉVOLUTION

19.06.2025

Matin
9:00 - 12:00

Après-midi
13:30 - 16:30

Chambre de Commerce

Programme et inscription

forum.visionzero.lu

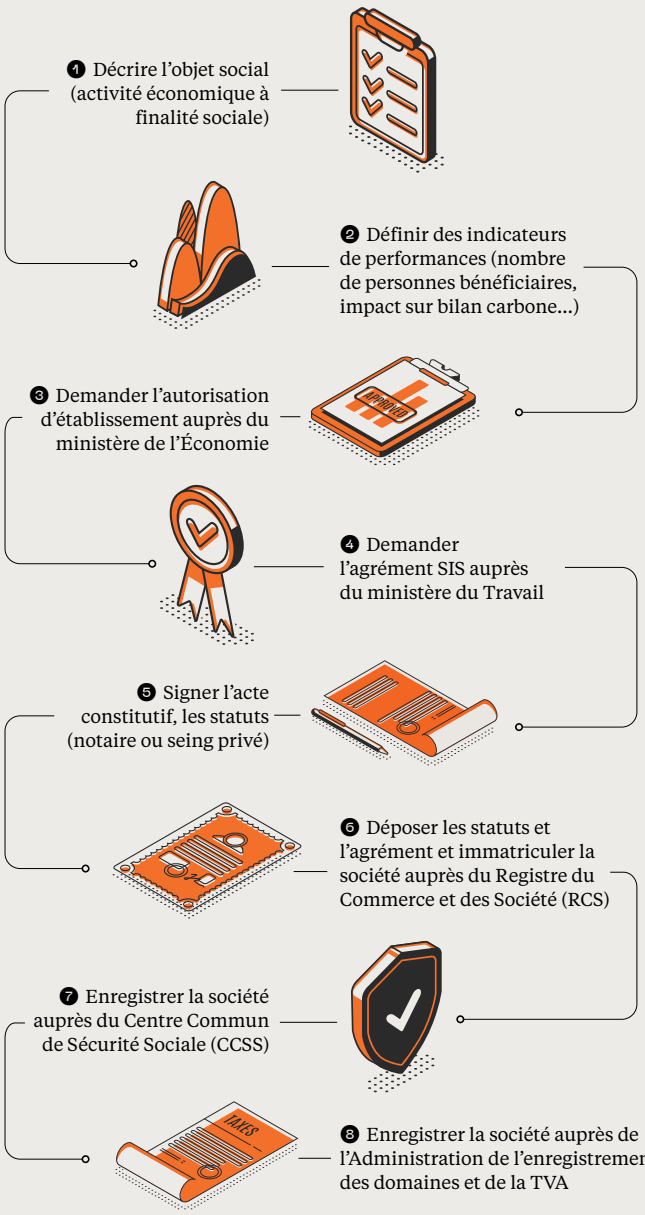
Organisateurs

AAA.lu · UEL · iNDR

COMMENT CRÉER UNE ENTREPRISE SOCIALE ?

Une entreprise sociale repose sur trois piliers : une gouvernance démocratique ou participative, la priorité donnée aux individus et à la planète plutôt qu'au profit et enfin, le réinvestissement des profits. Quelles sont les étapes à suivre pour la création d'une Société d'Impact Sociétal - SIS ? *

Selon la définition de l'Union européenne, une entreprise sociale est une *« entité de droit privé qui fournit des biens et des services au marché de manière entrepreneuriale et conformément aux principes et aux caractéristiques de l'économie sociale, dont l'activité commerciale est motivée par des objectifs sociaux ou environnementaux. »* Au Luxembourg, les entreprises sociales sont surtout actives dans les secteurs de l'action sociale, de la santé, de l'éducation, de l'environnement et de la culture. Elles prennent la forme d'associations, de fondations, de mutuelles, de coopératives ou de Sociétés d'Impact Sociétal (SIS). Au total, plus de 15.000 personnes travaillent dans ces structures en tant que salariés, auxquels il faut rajouter plus de 67.000 bénévoles.



OÙ TROUVER DE L'AIDE ?

❶ Contacter le Social Business Incubator : point d'information, soutien personnalisé, réseautage, formations, conseils et coaching.

❷ Lire le Guide de l'entrepreneur social publié par le ministère du Travail, qui contient toutes les explications nécessaires sur les conditions à remplir, les avantages et obligations liés à cette forme d'entrepreneuriat ainsi que les démarches à suivre.

* NB : s'il s'agit de la transformation d'une société existante (SA, SARL, SARL-S ou SCOP (coopérative)) en SIS, la procédure est simplifiée et peut être plus rapide.

PLUS D'ARTICLES HOW IT WORKS

Les SME Packages, un vrai coup de pouce pour les petites et moyennes entreprises.

CONTACTEZ-NOUS

NEW

SME PACKAGES CYBERSECURITY

Anticipez les menaces et protégez-vous.

NEW

SME PACKAGES AI

Maximisez votre efficacité avec l'IA.

SME PACKAGES SUSTAINABILITY

Alliez économies et durabilité.

SME PACKAGES DIGITAL

Optez pour des solutions digitales adaptées.

SME PACKAGES SERVICE

Offrez une expérience client sur-mesure.

LE GOUVERNEMENT DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie

HOUSE OF ENTREPRENEURSHIP
powered by the Luxembourg Chamber of Commerce

CHAMBER OF COMMERCE LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

CHAMBRE DES MÉTIERS LUXEMBOURG

COMMENT ABORDER LE MONDE DES AFFAIRES AU JAPON ?

Aborder un rendez-vous d'affaires au Japon requiert bien plus qu'une simple préparation commerciale : la maîtrise des codes culturels est essentielle pour établir des relations fructueuses.

À l'occasion des futures missions économiques organisées par la Chambre de Commerce dans le cadre de l'Exposition universelle Osaka 2025, cet article propose 12 conseils pratiques pour éviter les faux pas et maximiser vos chances de succès. Des salutations à l'échange de cartes de visite, en passant par les subtilités de la communication, découvrez les clés pour réussir vos rendez-vous d'affaire au Japon.

❶ La ponctualité est extrêmement importante lors des rendez-vous d'affaires. Il est même conseillé d'arriver en avance.

❷ La clientèle japonaise est très exigeante et recherche la qualité et la sophistication pour les produits et services.

❸ Il est très important de respecter scrupuleusement les délais de livraison.

❹ Ne pas interrompre son interlocuteur ; respecter les silences de réflexion.

❺ S'adresser en priorité aux personnes les plus âgées ou les plus haut placées hiérarchiquement.

❻ Cadeaux d'affaires : éviter les objets en nombre pair, pas d'objets coupants ; offrir le cadeau à deux mains. Si on vous offre un cadeau, ne pas l'ouvrir immédiatement.

❼ L'échange de cartes de visites se fait selon un protocole strict : saisir la carte à deux mains, et prendre connaissance des informations. Garder la carte devant soi durant tout l'entretien.

❽ Faire traduire en japonais, par un professionnel, toute documentation utile.

❾ La tenue vestimentaire recommandée dans le cadre professionnel est formelle et soignée ; éviter les couleurs vives ou voyantes.

❿ Il est nécessaire de soigner particulièrement le service après-vente.

⓫ Si vous avez suscité l'intérêt vous le saurez car un agenda de suivi sera fixé.

⓬ Sachez néanmoins que les décisions, prises collectivement, peuvent prendre du temps.

PLUS D'ARTICLES
HOW IT WORKS

Entrepreneurs, facilitez votre financement !

Avec Bounce, cautionnez

80%

de votre financement bancaire.

Contactez-nous !

MUTUALITÉ DE CAUTIONNEMENT
SHARING RISK

HOUSE OF
ENTREPRENEURSHIP
powered by the Luxembourg Chamber of Commerce

HOW TO PREPARE FOR YOUR PARTICIPATION IN A TRADE MISSION?

To offer companies a unique opportunity to acquire invaluable market insights and participate in a plethora of networking events, the International Affairs Department of the Chamber of Commerce organise trade missions.

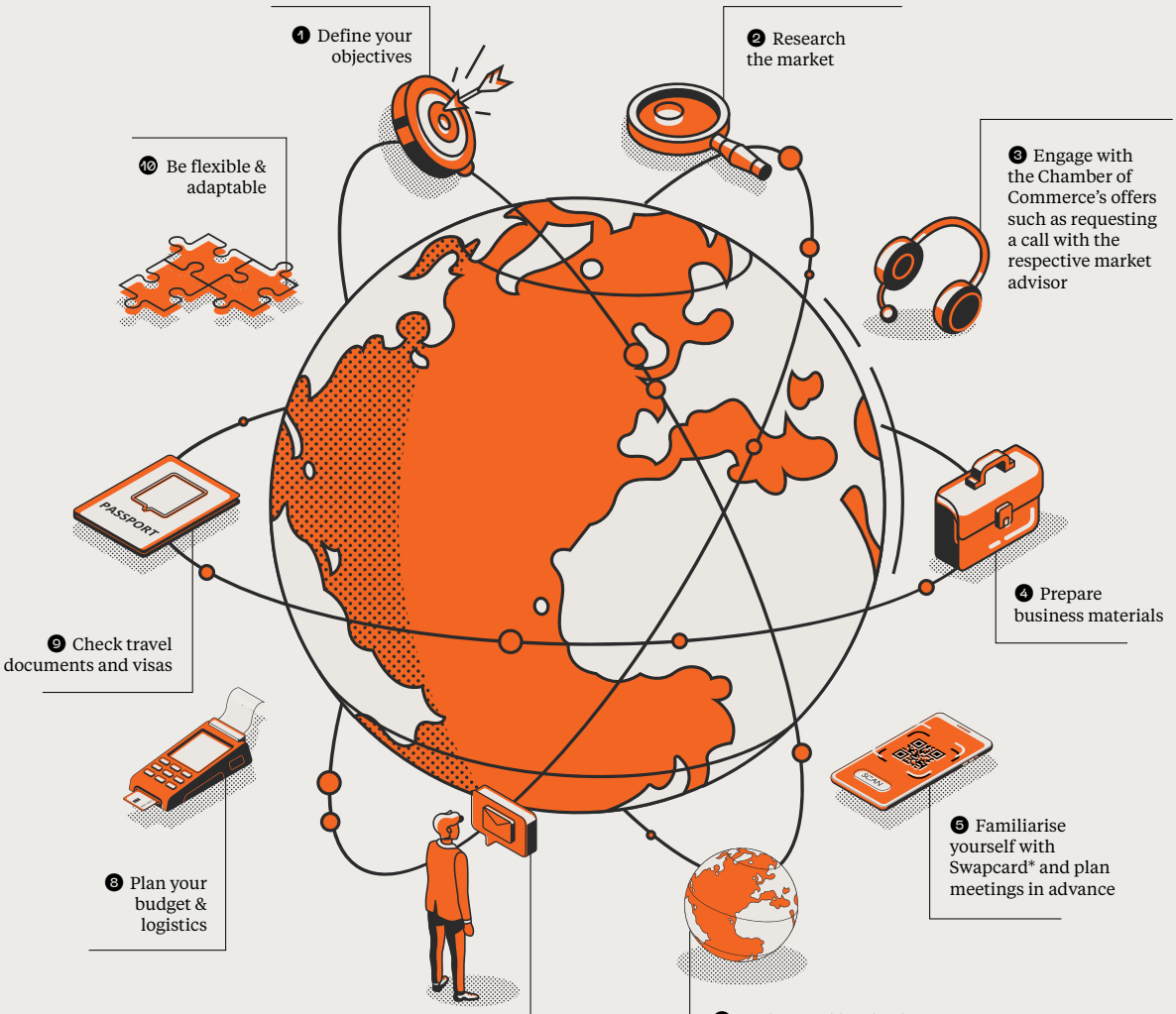
Designed to promote international cooperation and further economic interests, the trade missions organised by the Chamber of Commerce span a wide array of networking opportunities, including business forums, official receptions and company visits. They also tend to encompass special visits of innovation hubs and research centers.

INSIDER TIP

A big part of a trade mission is what happens in between the organised events and meetings. The contacts and peer-to-peer learning you get from others on a trip are invaluable.

AGENDA

Find out more about the next trade missions organised by the Chamber of Commerce



❶ Define your objectives

❷ Research the market

❸ Engage with the Chamber of Commerce's offers such as requesting a call with the respective market advisor

❹ Prepare business materials

❺ Familiarise yourself with Swapcard* and plan meetings in advance

❻ Understand local culture & business etiquette

(also read p. 70 to know more about Japanese business culture)

❼ Perfect your pitch and prepare a short presentation about your current activities

❽ Plan your budget & logistics

❾ Check travel documents and visas

❿ Be flexible & adaptable

*Swapcard is an event platform used by the International Affairs Department of the Chamber of Commerce for all its missions abroad to showcase the profiles of the Luxembourg delegation, foster networking and matchmaking with companies in the targeted country.

PLUS D'ARTICLES
HOW IT WORKS

LUXEMBOURG
LET'S MAKE IT HAPPEN

*NEXUS

Luxembourg 2025

Accelerating AI & Tech for a Better Tomorrow

Get your tickets

*until May 31, 2025

Final call ticket: **€250***
(Regular ticket: **€350**)

Student ticket: **€100***

Including a **€25** voucher from **Luxair**

Nexus Luxembourg returns in 2025 for its second annual edition — a two-day tech symposium and exhibition spotlighting **AI, technology, and business.** Building on its debut success with participants from 62 countries, Nexus aims to draw an even broader global audience.
The event will showcase Luxembourg's thriving tech and innovation ecosystem, blending public and private initiatives in an intimate, **boutique-style setting designed** for impactful networking and strategic connections.

June 17 — 18, 2025
Luxexpo, Luxembourg

www.nexusluxembourg.com

Premium Institutional Partners

THE GOVERNMENT OF THE GRAND DUCHY OF LUXEMBOURG

VILLE DE LUXEMBOURG

CHAMBER OF COMMERCE LUXEMBOURG

LUXINNOVATION
#MakingInnovationHappen

Pensions, un quatuor de réformes

TEXTE : JEAN-BAPTISTE NIVET
PHOTO : KENNY ELIASON / UNSPLASH

Alors qu'a été lancée par le Gouvernement au mois d'octobre 2024 une consultation portant sur la viabilité à long terme de notre système de retraites, IDEA a mené un cycle de 4 études pour contribuer à ce débat essentiel pour l'avenir du pays. La présentation d'un « quatuor de réformes » par le think tank IDEA, lors de la conférence du 3 avril « *Réforme des pensions : que faire ?* » en présence de la ministre de la Santé et de la Sécurité Sociale Martine Deprez, constitue l'aboutissement de ces travaux.

La dernière réforme du régime général des pensions date de 2012. Presque tous les éléments du débat actuel sur la viabilité à long terme du système de pensions étaient alors déjà évoqués dans le projet de loi. Ainsi, il était considéré que *« la situation actuelle du régime de pension peut être qualifiée de saine. Mais la bonne santé actuelle de l'assurance pension est avant tout due à une évolution économique plus que positive et à une croissance de l'emploi sans pareille au cours des dernières 25 années. »* Face à une situation favorable, symbolisée par l'accumulation de réserves, *« la forte évolution des cotisants représentent en même temps les risques de demain, parce que les nombreux cotisants d'aujourd'hui deviendront de toute évidence les nombreux pensionnés de demain. »*

Un système de pensions soutenable jusqu'à quand ?

La réforme de 2012 a, certes, permis de renforcer la résilience du régime générale des pensions, mais pas dans des proportions suffisantes à l'aune des données et des projections de 2025. C'est ainsi que les dernières études de l'Inspection générale de la sécurité sociale (IGSS) entrevoient la fin de l'équilibre budgétaire du système de pensions entre les recettes et prestations hors réserves dès 2026, et ensuite l'épuisement de la réserve durant la décennie 2040.

Ce constat est basé non seulement sur des projections macroéconomiques et démographiques mais également sur deux autres méthodes utilisées par IDEA dans le document de travail n°28 *« Pensions, au pied du mur ! »*. Ce document met en lumière un déséquilibre intrinsèque entre les contributions et les prestations futures de pension, qui sera de plus en plus prégnant sous l'effet du vieillissement démographique et du ralentissement économique luxembourgeois. Il est ainsi nécessaire de mettre en place des mesures susceptibles d'assurer l'avenir financier des pensions.

De telles mesures auront d'autant plus d'impact si un effort anticipé (sur les prestations et les recettes) était mis en œuvre dans les années à venir. Cet effort, appelé *« préfinancement »*, est au cœur du document de travail n°29 *« Pensions : une si coûteuse procrastination »* publié par IDEA au mois de décembre 2024. Le maintien des réserves à un niveau proche voire supérieur au ratio actuel de quatre fois les prestations annuelles, favorisé par ce préfinancement, engendre un cercle vertueux où les revenus du patrimoine participent à compenser les effets du vieillissement démographique. En l'absence d'un tel effort anticipé, les prestations devraient être considérablement réduites à terme selon les projections économiques et démographiques actuelles.

4 réformes à la philosophie différente...

C'est à partir de ces constats qu'IDEA a proposé et simulé 4 réformes complètes dans l'étude *« Pensions : un quatuor de réformes, »*, dont certaines mesures combinées pourraient constituer le futur du système de pensions luxembourgeois.

La réforme Ecureuil tend à privilégier la dimension *« épargne »*, dans le but d'une restauration de l'équilibre financier à moyen terme du régime général de pension, tout en intégrant un ciblage social de certaines mesures. Ce scénario de base implique les pensionnés actuels à l'effort global, sous la forme d'un ciblage social du lien entre les pensions et les salaires réels, qui serait introduit de manière inconditionnelle dès 2027. Cette mesure participerait à l'effort anticipé à mener (préfinancement). En parallèle, deux évolutions programmées dans la loi actuelle seraient accentuées, à savoir la diminution graduelle de la partie des pensions qui est proportionnelle aux revenus cotisables

et l'augmentation parallèle de la partie « *fixe* » des mêmes pensions. La progression future de la pension moyenne serait ainsi freinée pour réaliser des économies, tout en préservant les « *petites pensions* » et en « *écrémant* » les pensions les plus élevées. Une augmentation de la cotisation dépendance augmenterait, en parallèle, les recettes.

Deux réformes se différencient de ce scénario de base par leur accent mis, d'un côté sur l'aspect social, et de l'autre sur la dimension d'âge. La réforme Sociale présente de décisifs accents sociaux par rapport à la réforme Ecureuil. Elle intègre ainsi une augmentation de 10% de la pension minimum ainsi qu'un déplafonnement partiel de la base contributive qui donnerait droit à des prestations réduites au simple cumul de l'inflation.

La réforme d'Age prend en compte l'augmentation prévue de l'espérance de vie anticipée dans les années à venir. Elle comporte, en conséquence, une indexation des âges de la retraite (57, 60 et 65 ans) et de la durée du stage de 40 ans à l'espérance de vie à 60 ans. Il serait projeté de conserver la moyenne actuelle de durée de la vie en pension de 25 ans, et de travailler 2 années de plus d'ici 2050 si les anticipations actuelles se révèlent exactes. En contrepartie, cette réforme propose d'instaurer un bonus du montant de la pension pour les personnes qui travaillent plus longtemps et diffèrent leur départ en retraite, ainsi que de rendre plus flexible les retraites partielles pour s'adapter aux parcours et choix de vie de chaque futur pensionné.

Enfin, face aux incertitudes des projections, le think tank a eu l'idée d'un système de « *pilotage automatique* ». Celui-ci ne comporte qu'une seule et unique mesure, à savoir l'intégration à la formule de calcul de pension d'un facteur de durabilité, qui vise à assurer à tout moment l'équilibre financier du régime général de pension, en jouant à la fois sur le niveau des prestations et des cotisations.

… pour un même redressement crédible de la trajectoire déficitaire du système de pensions

Les 4 réformes, à la philosophie très différente, ont pour point commun de permettre un redressement crédible de la trajectoire déficitaire du système de pensions dans les trois décennies à venir. Même la réforme Sociale irait de pair avec des réserves conséquentes en fin de période, contrastant vivement avec une dette croissante selon la législation actuelle.

En tout, IDEA a proposé 17 mesures pouvant intégrer une réforme des pensions dans les mois à venir. Elles pourront contribuer à garantir la viabilité à long terme du régime général des pensions, tout en considérant les dimensions d'équité intergénérationnelle, de solidarité, de parcours de vie et de compétitivité. Rendez-vous en juin pour savoir à quel point le quatuor aura été entendu.

idea
Fondation

PLUS D'INFORMATIONS
www.fondation-idea.lu

UN NOUVEL ÉCLAT POUR LE LANDEWYCK BUILDING

PHOTOS : OAI

Grâce à une collaboration avec l'Ordre des Architectes et Ingénieurs-Conseils (OAI), Merkur se penche à chaque édition, sur un projet remarquable, visionnaire ou emblématique réalisé sur le territoire luxembourgeois.
Le but étant de présenter toute la vitalité du secteur de l'immobilier du pays et de mettre en lumière la qualité des conceptions et du bâti au Luxembourg.
Dans ce numéro, gros plan sur la réaffectation d'un bâtiment commercial historique, lauréat du Bauhärepräis OAI 2024.

Ce joyau de l'histoire de l'architecture luxembourgeoise brille d'un nouvel éclat. Le déménagement de la manufacture de tabac a créé une belle opportunité pour ramener le Heitz van Landewyck Building tout près de son origine - tout en développant un immeuble de bureaux moderne avec de nouveaux accents marquants.

Pour quelles raisons la collaboration entre le maître d'ouvrage et l'équipe de maîtrise d'œuvre a-t-elle été exemplaire ?

La complémentarité des compétences de chaque équipe, ainsi qu'une coordination efficace et un fort engagement de chacun durant toutes les phases du projet, ont permis le succès de la livraison de ce bel ouvrage !

Quels enseignements tirez-vous de votre expérience ?

Le chemin jusqu'à la livraison du projet peut s'avérer parfois périlleux, avec de nombreux défis auxquels chacun doit faire face. Mais grâce au dévouement des équipes et à la persévérance, des solutions efficaces sont trouvées pour atteindre la ligne d'arrivée, qui est la réussite du projet, avec un résultat à la hauteur de nos exigences.

Avez-vous des conseils à donner à de futurs maîtres d'ouvrage ?

Osez faire la différence - la rénovation crée de belles opportunités.

Localité : Luxembourg
Architecte: Belvedere Archtecture
Ingénieur structure :
HLG / Enerventis Lux
Architecte-Paysagiste : AREAL Landscape Architecture Friederike Huth + Christian Weier
Commentaire du jury : une réaffectation d'un bâtiment commercial historique. L'aménagement intérieur reprend également des éléments historiques et le bâtiment reste fidèle à sa fonction.

LAURÉAT

BAUHÄREPRÄIS OAI 2024

ÉDITEUR

Chambre de Commerce
du Grand-Duché de Luxembourg
7, rue Alcide de Gasperi
L–2981 Luxembourg
E-mail : chamcom@cc.lu
ISSN: 2418-4136

RÉDACTION

Tél : (+352) 42 39 39 385
Fax : (+352) 43 83 26
E-mail : merkur@cc.lu
Internet : www.merkur.lu
Chambre de Commerce
du Grand-Duché de Luxembourg
7, rue Alcide de Gasperi
L–2981 Luxembourg

HEAD OF PUBLIC RELATIONS, MARKETING & COMMUNICATION

Bérengère Beffort
berengere.beffort@cc.lu

RÉDACTRICE EN CHEF

Corinne Briault — corinne.briault@cc.lu

RÉDACTION

Corinne Briault
corinne.briault@cc.lu

Jean-Michel Cavalli
jean-michel.cavalli@cc.lu

Catherine Moisy
catherine.moisy@cc.lu

COLLABORATIONS

Fondation IDEA
Affaires économiques,
Chambre de Commerce
Affaires internationales,
Chambre de Commerce
Silicon Luxembourg

PHOTOGRAPHES

Laurent Antonelli
Emmanuel Claude
Charly Petit
Pierre Guersing
Michel Zavagno
Anouk Flesch

ABONNEMENTS

Si vous souhaitez recevoir le magazine MERKUR en version papier, scannez le QR Code et remplissez le formulaire d'abonnement. Une adresse email sera nécessaire pour valider votre demande.

CHAMBER OF COMMERCE LUXEMBOURG

RÉGIE PUBLICITAIRE

Regie.lu
31 rue de Hollerich
L-1741 Luxembourg
Tél: (+352) 4993 9000
E-mail: info@regie.lu
Internet: www.regie.lu

COMMUNIQUÉS DE PRESSE

merkur@cc.lu

PROCHAINE ÉDITION

18 septembre 2025

DIRECTION ARTISTIQUE ET MISE EN PAGE

lola strategy&design

TIRAGE

5.000 exemplaires

regie.lu

Please Recycle
Finished reading this publication?
Archive it, pass it on or recycle it.

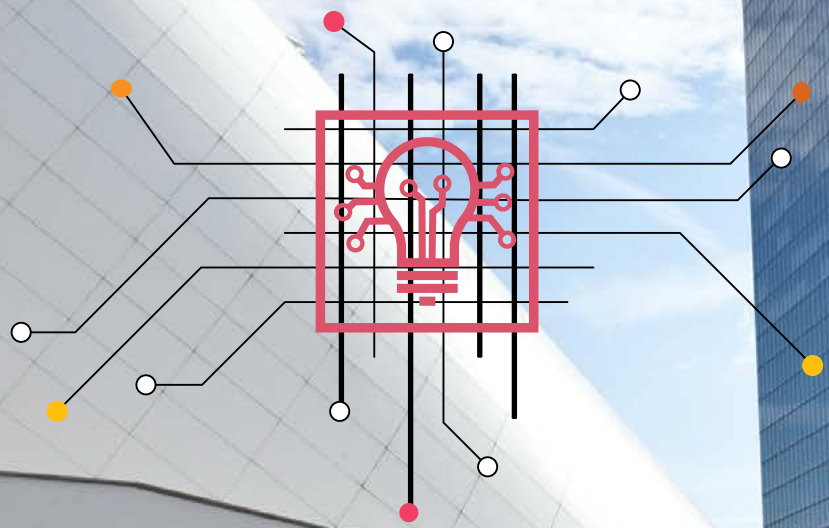
MADE IN LUXEMBOURG

Les articles publiés et signés n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs et ne reflètent pas forcément l'opinion de la Chambre de Commerce, qui ne peut donner aucune garantie expresse ou implicite sur l'exactitude, l'exhaustivité, la véracité, l'actualité, la pertinence ou la fiabilité des informations figurant dans le Merkur.
© Copyright 2020 - Chambre de Commerce, tous droits réservés. Toute reproduction totale ou partielle est interdite et la propriété exclusive de la Chambre de Commerce. Si vous souhaitez obtenir des droits d'utilisation du contenu/de reproduction, contactez Luxembourg Organisation For Reproduction Rights, Luxorr: www.lord.lu

LORD Luxembourg for Content www.lord.lu

“
We care about your assets and the environment*
Kevin Soares, Private Banking Advisor
*Activmandate Green Discretionary Portfolio Management
SPUERKEESS
Private Banking
SPUERKEESS.LU/privatebanking
Banque et Caisse d'Epargne de l'Etat, Luxembourg, établissement public autonome, 1, Place de Metz, L-1930 Luxembourg, R.C.S. Luxembourg B30775

Make Pillar 2 effortless for your funds with PwC



Discover more and contact our experts

pwc

© 2025 PricewaterhouseCoopers, Société coopérative. All rights reserved.
In this document, "PwC" or "PwC Luxembourg" refers to PricewaterhouseCoopers which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity. PwC IL cannot be held liable in any way for the acts or omissions of its member firms.