

A black and white portrait of Marc Wagener, a man with glasses and a mustache, wearing a suit and tie, smiling slightly. The background is blurred, showing what appears to be a modern building or office interior.

LE GRAND ENTRETIEN MARC WAGENER PAGE 28
S'INFORMER POUR AGIR AVEC [KATË PAR TËWA]
Numéro 5

4x3 More Eur-hope

DOSSIER ÉCONOMIE SOCIALE & SOLIDAIRE
Social Impact
Page 6

DOSSIER ALIMENTATION & RESTAURATION
De la Terre à l'assiette
Page 44

BE AHEAD OF YOUR TIME!

plan K

POSITIVE
IMPACT

SHOPS &
EXHIBITIONS

THINK!

SUSTAINABILITY

ACT!

MUSIC
& SHOWS

EAT &
DRINK

SPRINGBREAK
LUXEMBOURG [14-17]
MARCH 2019

URBAN
FOOD VILLAGE

CREATIVITY

EVENTS

EXPLORE!

INNOVATION

ENJOY!

WWW.SPRINGBREAK.LU





First step... done!

4x3, le magazine luxembourgeois qui fait du développement durable 100 % de son approche éditoriale, souffle sa première bougie, un an déjà et cela dépasse toutes nos attentes.

La réflexion de vouloir résoudre la quadrature du cercle médiatique et devenir aussi acteur du changement avec comme leitmotiv « s'informer pour agir » se dessine concrètement.

Développer *infogreen.lu*, aller plus loin que le réseau virtuel *online* et construire, étape après étape, une communauté d'acteurs engagés avec une stratégie *bottom-up* en cherchant l'énergie constructive et en provoquant un élan positif, tel est notre challenge avec 4x3.

Seul média luxembourgeois ayant l'agrément SIS – société d'impact sociétal – ce qui en fait un média d'utilité publique, 4x3 a gravé dans le marbre de ses statuts juridiques son engagement en définissant clairement ses points d'impact sociétal.

4x3 convertit ses recettes commerciales en soutenant des projets engagés pour le bien commun. Nous avons remis en 2018 la somme de 3 000 euros à des associations de développement luxembourgeoises et soutenons, parution après parution, des projets durables en nous alliant au niveau de l'impression à Nature Office pour financer l'entretien du projet hydroélectrique de Bujagali en Afrique.

4x3, c'est 20 000 exemplaires diffusés sur tout le pays et près de 400 participants lors des événements de lancement en 2018.

C'est aujourd'hui le lancement officiel de 4x3 n°5, nous aurions pu aussi le baptiser « bio, local et social ». Dans cette nouvelle édition de 4x3 magazine, découvrez sans modération nos deux dossiers tout à fait complémentaires et partez à la rencontre exclusive de Marc Wagener...

Bonne lecture et bon voyage.

FRÉDÉRIC LIÉGEAIS

Éditeur responsable

4x3 SARL SIS
1B, Um Woeller
L-4410 Soleuvre
Tél. : 55 13 08

En partenariat avec infogreen.lu



Direction

Frédéric Liégeois

Régie publicitaire

Picto Communication Partner SARL
Tél. : 55 13 08 14
frederic@infogreen.lu

Rédaction

Mélanie Trélat
Tél. : 55 13 08 12
melanie@infogreen.lu
twitter.com/@MelanieTrelat
Marie-Astrid Heyde
Tél. : 55 13 08 10
E-mail : marie-astrid@infogreen.lu
twitter.com/@MariePicto

Layout et mise en page

Virginie Masson
Tél. : 55 13 08 13
virginie@infogreen.lu

Photographie

Fanny Krackenberger
Tél. : 55 13 08 09
fanny@infogreen.lu

Coordination

Sara Liégeois
Tél. : 55 13 08 11
coordination@infogreen.lu

Impression

Imprimerie Centrale
15, rue du Commerce
L-1351 Luxembourg

Tirage

5 000 exemplaires

Parution

4 numéros / an

Abonnement gratuit

abonnement4x3@infogreen.lu

Tous droits réservés.
Toute reproduction totale
ou partielle sans autorisation
préalable de l'éditeur interdite.



DOSSIER ÉCONOMIE SOCIALE & SOLIDAIRE

SOCIAL IMPACT

Social Impact8

« Nous avons su relancer une vraie dynamique »..... 10

Un secteur qui mérite sa place au sein des organisations patronales..... 12

L'économie sociale a désormais sa maison !..... 14

Du sur mesure pour les entrepreneurs sociaux en devenir 15

S'informer pour agir 18

Des instruments financiers pour les sociétés d'impact sociétal..... 20

Un logement pour sortir de l'impasse..... 22

Joindre Fairtrade et ESS pour une démarche globale et cohérente..... 24

LE GRAND ENTRETIEN MARC WAGENER

More
Eur-hope

DOSSIER ALIMENTATION & RESTAURATION

DE LA TERRE À L'ASSIETTE

À table !..... 46

Manger vrai 47

L'économie associative dans le cadre du commerce de produits biologiques 50

Retour aux origines 52

Réfléchir à la globalité de la consommation 54

Pall Center, naturellement différent 58

Une réflexion approfondie sur la vie du produit 60

Le Fairtrade pour une production durable dans les pays du Sud 62

Le créateur 64

Alimentaire : un goût prononcé pour des pratiques responsables..... 66

SUR
LE
WEB





EN +

Focus sur un mécène..... 68

Event n°04..... 70

NOUS REMERCIONS POUR LEUR SOUTIEN





SOCIAL IMPACT

Social Impact.....	page..... 8
« Nous avons su relancer une vraie dynamique ».....	page..... 10
Un secteur qui mérite sa place au sein des organisations patronales	page..... 12
L'économie sociale a désormais sa maison !.....	page..... 14
Du sur mesure pour les entrepreneurs sociaux en devenir	page..... 15
S'informer pour agir	page..... 18
Des instruments financiers pour les sociétés d'impact sociétal	page..... 20
Un logement pour sortir de l'impasse.....	page..... 22
Joindre Fairtrade et ESS pour une démarche globale et cohérente	page..... 24

EN MOINS DE CINQ ANS,
L'ESS S'EST DOTÉE D'UNE
LOI, D'UN NOUVEAU
STATUT POUR LES
SOCIÉTÉS D'IMPACT
SOCIÉTAL, D'UN
INCUBATEUR DYNAMIQUE,
D'UNE FÉDÉRATION
FORTE, D'UN CLUSTER
TRANSFRONTALIER
ET DE SON PROPRE
LIEU D'ÉCHANGE ET
D'INNOVATION.

ALLEZ PLUS LOIN !

DÉCOUVREZ LES NEWS QUOTIDIENNES SUR LE WEB

INFOGREEN.LU

SOCIAL IMPACT

8 SOCIAL IMPACT



L'économie sociale et solidaire (ESS) ne date pas d'hier. Née il y a plus d'un siècle, elle s'affirme ces dernières années comme étant un secteur économique à part entière, mais elle reste encore peu visible.

Difficile d'en donner une définition précise tant son périmètre fait débat et varie d'un pays et d'une culture à l'autre. Une chose est sûre, elle concerne une variété d'organisations : collectivités territoriales, entreprises, associations, coopératives, fondations, qui cherchent à avoir, au-delà des résultats économiques, un impact positif sur la société. Celle-ci se réalise souvent en partenariat les unes avec les autres, et avec une prérogative : placer l'humain au cœur de leurs activités. C'est sans doute là le point commun entre toutes les définitions qu'on peut en trouver : la primauté de l'homme sur le capital.

Difficile aussi de mesurer son ampleur. Nombreuses sont les organisations qui apportent ce petit « plus » à la société, sans pour autant se réclamer de l'ESS. En cause : la méconnaissance du sujet, sa définition qui reste floue justement, ou le manque de reconnaissance dont il souffre encore.

L'ESS serait née avec les premiers systèmes de protection sociale et d'assurance à la fin du XIX^e siècle, mais au Luxembourg, la thématique a fait un bond en avant en se structurant. En moins de cinq ans, elle s'est dotée d'une loi, d'un nouveau statut pour les sociétés d'impact sociétal (agrément SIS dont est titulaire 4x3 magazine), d'un incubateur dynamique, d'une fédération forte, d'un cluster transfrontalier et de son propre lieu d'échange et d'innovation. Elle représenterait aujourd'hui quelque 30 000 emplois, soit 7 % de l'emploi total au Grand-Duché. Autant dire que même si elle se démarque par ses principes, elle est un compétiteur économique comme les autres, qui pèse sur le ring national... et sur le ring international. Le Luxembourg a en effet été un fer de lance en permettant à l'ESS de retrouver son punch lors de sa présidence de l'Union européenne en 2015.

L'ESS est donc bien présente. Elle est pourtant encore trop peu visible. Maintenant que les fondations sont érigées, le chantier pour les années à venir sera de mettre en valeur la place qu'elle occupe, son poids dans le paysage économique, ainsi que la diversité des acteurs et des secteurs qu'elle concerne (qui ne se limitent pas au social, à la santé et à la solidarité).

MÉLANIE TRÉLAT

SUR
LE
WEB



NOUVEAU PROGRAMME

Un nouveau programme d'accompagnement entièrement individualisé pour tous ceux qui souhaitent créer ou développer une entreprise à finalité sociale ou sociétale.

EVALUATION PERSONNALISÉE

Le programme d'accompagnement débute par une évaluation personnalisée des compétences de chaque candidat. 3 axes indispensables pour réussir :

- 1 compétences techniques
(hard skills)
- 2 compétences relationnelles
(soft skills)
- 3 impact social ou sociétal

Le contenu détaillé et la durée du programme sont adaptés, au cas par cas, en fonction des besoins de chaque candidat.

**POSTULEZ DÈS MAINTENANT SUR
WWW.6ZERO1.ORG**

NOUVELLE ADRESSE

Depuis le 8 Octobre, 6zero1 a emménagé dans la
Maison de l'économie sociale et de l'innovation sociale (MESIS)

En partenariat avec:



NOUS AVONS SU RELANCER UNE VRAIE DYNAMIQUE

Les fondations permettant de faire de l'économie sociale et solidaire (ESS) un secteur économique à part entière sont en place. Le temps est maintenant venu de consolider ce qui a été construit.

10 SOCIAL IMPACT



DE NICOLAS SCHMIT,
MINISTRE DU TRAVAIL, DE L'EMPLOI ET DE L'ÉCONOMIE
SOCIALE ET SOLIDAIRE DE 2013 À 2018
SOLIDARISÉE PAR MÉLANIE TRÉLAT,
PHOTO SOLARISÉE PAR FANNY KRACKENBERGER

**QUEL ÉTAT DES LIEUX POUVEZ-VOUS
DRESSER DE LA SITUATION EN
MATIÈRE D'ÉCONOMIE SOCIALE ET
SOLIDAIRE (ESS) AU LUXEMBOURG
APRÈS 5 ANNÉES PASSÉES À LA TÊTE
DU MINISTÈRE ÉPONYME ?**

L'économie sociale et solidaire existait bien avant mon arrivée au ministère, il y a 5 ans. On prenait alors seulement conscience qu'elle pouvait devenir un véritable acteur dans le paysage économique luxembourgeois, mais elle n'était pas structurée, elle n'avait pas de base légale. Tout cela a été aujourd'hui largement réalisé, de surcroît avec une très petite équipe. Nous avons même modifié certaines dispositions de la loi il y a peu et avons donc désormais un cadre juridique qui répond aux besoins. Nous avons également créé l'incubateur 6zero1 qui permet à de nouvelles entreprises d'impact sociétal (SIS) de se développer, ainsi qu'une maison de l'économie sociale et de l'innovation sociale (MESIS) qui est un lieu de

rencontre, de création et d'innovation. Elle se trouve en plein centre, à proximité de la Banque centrale, ce qui, je trouve, est un beau signal. L'Union luxembourgeoise de l'économie sociale et solidaire (ULESS) est devenue un acteur visible, un partenaire et un pourvoyeur d'idées important. Je dirais donc que le bilan est globalement positif et que le train est bien parti vers de nouvelles destinations.

**QUELLE EST LA RÉALISATION DONT
VOUS ÊTES LE PLUS FIER ?**

Je crois que c'est un tout : nous avons fédéré l'ESS, nous l'avons poussée, nous lui avons donné du poids en termes d'emplois et d'apport économique, non seulement au Luxembourg, mais aussi à l'échelle européenne. 2015, année de notre présidence, a été un moment charnière pour l'ESS en Europe. Alors que rien ne bougeait depuis un certain temps, nous avons su relancer une vraie dynamique, ce qui me remplit de satisfaction.

SUR
LE
WEB





2015, année de notre présidence, a été un moment charnière pour l'ESS en Europe. Nous avons su relancer une vraie dynamique.

▲ Nicolas Schmit

QUEL EST LE POIDS DE L'ESS AU LUXEMBOURG AUJOURD'HUI, EN CHIFFRES?

L'ESS reste dans une zone grise d'un point de vue comptable. Beaucoup d'entreprises devraient se considérer comme en faisant partie, mais ne le font pas pour différentes raisons, peut-être parce que cette dénomination n'a pas encore la reconnaissance qu'elle devrait avoir au Luxembourg. On estime néanmoins qu'elle représente plus de 30 000 emplois, soit 7 % de l'emploi total, principalement dans le domaine social, mais aussi dans une diversité d'autres secteurs. Quelqu'un a dit que « pour comprendre, il faut mesurer », c'est pourquoi nous allons travailler à cerner plus précisément la contribution de l'ESS aux économies luxembourgeoise, européenne et internationale, à travers des projets de coopération, notamment avec le Costa Rica et le Canada. Il s'agit des fameux comptes satellites. Cet exercice a débuté en janvier et courra pendant 2 ans.

QUE RESTE-IL À FAIRE SELON VOUS?

Beaucoup ! Il reste à développer sur base de ce qui a été construit avec tous ceux qui, souvent avec beaucoup de passion, se

sont engagés dans les entreprises de l'ESS. Il faut prolonger la dynamique en montrant qu'entreprise sociale est une option parmi d'autres quand on veut créer, innover et apporter quelque chose à l'économie, mais aussi à la société luxembourgeoise. Pour cela, il faut poursuivre le travail d'information qui a été commencé pour mieux faire connaître l'ESS, parler d'entrepreneuriat social dans les écoles et encourager les jeunes à réfléchir sur le sujet, leur montrer qu'il existe une autre forme d'entrepreneuriat qui a des points communs avec l'entrepreneuriat classique, mais avec un « plus » : l'engagement social, le résultat que je peux apporter à la société, pour qu'ils prennent encore mieux conscience de la force que cela représente.

.....

UN SECTEUR QUI MÉRITE SA PLACE AU SEIN DES ORGANISATIONS PATRONALES

Créée en 2013, l'Union luxembourgeoise de l'économie sociale et solidaire (ULESS) vise à défendre et à promouvoir les intérêts des entreprises de l'économie sociale et solidaire, un secteur en pleine expansion au Luxembourg.



DE JEAN-CHRISTOPHE BURKEL
INTERLOCUTÉE PAR MARIE-ASTRID HEYDE,
PHOTO VISIBILISÉE PAR FANNY KRACKENBERGER



▲ Jean-Christophe Burkel

**M. BURKEL,
COMMENT L'ULESS
FAVORISE-T-ELLE
LA VISIBILITÉ DE
L'ÉCONOMIE SOCIALE
ET SOLIDAIRE ?**

Le travail de l'ULESS, c'est en effet de la visibilité, mais pas de la visibilité spectaculaire. L'ULESS est une plateforme qui est au service de ses membres. L'économie sociale et solidaire (ESS), si c'est un terme qui réunit un certain

nombre d'entreprises, ce n'est pas non plus quelque chose d'uniforme au sein du secteur, ni quelque chose que nous voulons promouvoir de manière agressive, ni comme une alternative. Nous travaillons pour la visibilité à long terme du secteur. On essaye à la fois de défendre les membres et de les représenter pour faire que l'ESS soit visible en tant qu'un secteur parmi d'autres,

qui n'est pas en marge, qui n'est pas particulièrement différent, qui a ses propres valeurs, au même titre que l'artisanat ou que le secteur bancaire, par exemple. Le rôle de l'ULESS est donc de faire en sorte qu'il y ait une représentation institutionnelle avec le gouvernement lorsque des questions se posent concernant l'évolution du secteur, qu'on travaille avec la Chambre des députés quand des projets de loi sont déposés ou votés, qu'on travaille avec la Commission européenne lorsque des politiques européennes nous concernant doivent être développées. Mais aussi de figurer dans l'accord de coalition du prochain gouvernement.

**QUELS SONT
LES PROCHAINS DÉFIS
DE L'ULESS ?**

Notre secteur a la chance d'avoir un ministère dédié depuis déjà 10 ans, avec un

▶▶▶▶ TOURNE LA PAGE, LIS LA SUITE !



ULESS

Union luxembourgeoise de
l'économie sociale et solidaire

**Renforcer
l'économie
sociale et solidaire
au cours de la législature
2018 - 2023**

retrouvez toutes nos propositions sur
www.uless.lu

ministre en charge. C'est très important pour le secteur d'avoir cet interlocuteur et d'être l'interlocuteur privilégié de ce ministre. Ensuite, ce qui est très important pour l'ULESS, c'est d'être présent dans les organisations représentatives des employeurs de ce pays, donc le patronat luxembourgeois. Le secteur emploie plus de 30 000 salariés, soit plus que l'industrie ou encore que le secteur des assurances, et autant que les établissements de crédit. Cela devrait nous donner le mérite d'être considérés et pris en compte du côté des employeurs. Donc, pour la prochaine législature, notre grand défi est de pouvoir être représentés de manière juste et équitable au sein des organisations patronales, telles que l'UEL et la Chambre de commerce.

QUEL BILAN TIREZ-VOUS DES MANDATS DES PRÉCÉDENTS MINISTRES DE L'ESS?

On a eu la chance d'avoir en 2009 le ministre Romain Schneider qui était une personne très engagée à titre personnel pour l'économie sociale. Il a beaucoup défriché la thématique de l'ESS au Luxembourg. Et le travail était ardu. On a eu ensuite le ministre Nicolas Schmit qui nous a, d'une certaine manière, fait changer de ligue. Avec la présidence luxembourgeoise de l'Union européenne, on a eu une vraie visibilité au niveau européen. On s'est progressivement imposés avec deux lois successives comme un secteur qui mérite une législation et une fiscalité à part, qui s'assume et qui a la possibilité de s'appuyer sur un partenaire gouvernemental pour essayer d'avancer.

Sans partenariat gouvernemental, il n'y aurait pas ni 6zero1 ni la MESIS (Maison de l'économie sociale et de l'innovation sociale, ndlr). Nous n'aurions pas non plus l'ULESS car c'était aussi une demande du gouvernement d'avoir un interlocuteur pour le secteur. L'État est très fort au Luxembourg et a un rôle déterminant dans la reconnaissance et la visibilité d'un secteur comme

le nôtre. Et ce qui compte le plus pour que ça marche, c'est bien sûr la personnalité du titulaire de la fonction. L'ULESS n'a pas de couleur politique, donc celle du titulaire de fonction importe peu. Ce qui compte, c'est que ce soit quelqu'un qui s'intéresse à la thématique. Et s'il s'intéresse et est prêt à s'engager, nous sommes prêts à nous engager avec lui.

.....

L'ÉCONOMIE SOCIALE A DÉSORMAIS SA MAISON!

La MESIS, acronyme pour maison de l'économie sociale et de l'innovation sociale, a ouvert ses portes le 1^{er} octobre 2018. Le point de départ de cette aventure est une conviction : celle que de plus en plus d'entrepreneurs, mais aussi de responsables d'organisations et de citoyens, placent l'innovation sociale, les démarches collaboratives et l'économie circulaire au cœur de leur développement.

**ARTICLE INAUGURÉ PAR MÉLANIE TRÉLAT
ET PARÉ PAR FANNY KRACKENBERGER**



C'est dans l'ancien cabinet d'un notaire, côte d'Eich à Luxembourg, que la MESIS a trouvé sa place, faisant revivre une demeure inoccupée depuis 4 ans. Sous ses abords cossus, elle est plus « sociale » qu'il n'y paraît puisqu'elle se situe face à l'office social de la ville et à proximité d'une antenne locale de la Croix-Rouge.



« Sa mission est de répondre à un besoin de visibilité de tout ce qui touche à l'économie sociale et à l'innovation sociale », explique Nadine Muller, conseillère au sein du département économie sociale et solidaire au ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire et présidente de 6zero1. L'ambition de ses créateurs est d'en faire LE lieu de référence pour qui s'intéresse à ces thématiques et pour ceux qui portent un projet de création ou de développement d'une entreprise à finalité sociale ou sociétale.

La MESIS prend le relais des locaux au 1535° à Differdange, dont la vocation était d'incuber des entreprises sociales en mettant des bureaux à disposition des sociétés d'impact sociétal (SIS) en devenir et en proposant des formations aux porteurs de projets.

Sur base de l'expérience acquise au cours des deux années d'existence de la structure, le modèle a été complètement repensé pour répondre aux besoins réels détectés chez les futurs entrepreneurs sociaux. Il s'est avéré que disposer d'un espace en faisait rarement partie. La vocation de la MESIS n'est donc pas exclusivement d'héberger de jeunes entreprises. Les bureaux sont aussi destinés à des partenaires de longue durée de l'économie sociale et solidaire, plutôt institutionnels. C'est le cas de l'Union de l'économie sociale et solidaire (ULESS) qui représente les acteurs du secteur et de 6zero1 qui accompagne la création de SIS. Touchpoints, une association sans but lucratif qui a une activité connexe à celle de 6zero1, à cette particularité près qu'elle est dédiée aux personnes réfugiées, y a aussi installé ses bureaux, ainsi que Compellio, un partenaire de 6zero1 qui fournit à ceux qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat social des outils *online* intégrant des indicateurs d'impact social.



DU SUR MESURE POUR LES ENTREPRENEURS SOCIAUX EN DEVENIR

6zero1 a lancé un tout nouveau programme d'accompagnement, à contre-courant de ce qui se fait habituellement. Entièrement personnalisé, il s'adresse à tous ceux qui souhaitent créer ou développer une entreprise à finalité sociale ou sociétale.

**ARTICLE PROGRAMMÉ PAR MÉLANIE TRÉLAT,
PHOTO DÉVELOPPÉE PAR FANNY KRACKENBERGER**

L'accompagnement à la création d'entreprise est un métier très délicat. Plus qu'ailleurs au Luxembourg, car le pays recense en moyenne moins de créateurs d'entreprises que ses voisins. Plus qu'ailleurs également dans le domaine de l'entrepreneuriat social, où l'idéalisme est plus fort et le taux de concrétisation plus bas

que dans d'autres secteurs. La tendance est traditionnellement de proposer des formations généralistes et passives. L'idée de 6zero1, après avoir appliqué ces méthodes pendant 2 ans, est de renverser la vapeur : s'adresser à un public

▶▶▶▶ TOURNE LA PAGE, LIS LA SUITE!

moins large composé de chefs d'entreprise qui voudraient transformer leur structure en société d'impact sociétal (SIS) ou de créateurs de SIS, et leur offrir non pas un programme d'accompagnement standard qui s'appliquerait de la même manière quel que soit leur projet, leur personnalité ou leur démarche, mais qui s'adapterait au cas par cas à chacun des projets, dans le but de les aider à atteindre l'impact sociétal qu'ils ont fixé en réalisant le business qu'ils ont défini pour leur entreprise.



▲ Nadine Muller

Pour ce faire, le programme s'articule autour de trois axes : les compétences techniques ou *hard skills*, les compétences relationnelles ou *soft skills* et l'impact social ou sociétal.

« La durée du programme varie en fonction de la situation de chacun. Il commence toujours par un profilage sur chaque axe, à partir duquel un travail est réalisé sur les faiblesses, avec un rythme de progression propre à chacun », précise Nadine Muller, responsable du département économie

sociale et solidaire au ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Économie sociale et solidaire et présidente de 6zero1. L'accompagnement dure au minimum 3 mois et il peut aller jusqu'à 12 mois, en fonction de la situation de départ et des objectifs du candidat. Il peut commencer à n'importe quel moment. Il suffit, pour y participer, de postuler et, si vous êtes éligible, c'est parti pour un parcours complètement individualisé !



Un laboratoire

transfrontalier de l'ESS

LE CLUSTER ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE GRANDE-RÉGION EST LE RÉSULTAT D'UNE AMBITION COMMUNE DE NICOLAS SCHMIT, ANCIEN MINISTRE DU TRAVAIL DE L'EMPLOI ET DE L'ESS AU LUXEMBOURG, ET MATHIEU KLEIN, PRÉSIDENT DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE MEURTHE-ET-MOSELLE. SA MISSION EST DE FAVORISER LES ÉCHANGES

ET LES COLLABORATIONS ENTRE ACTEURS. IL PORTE UNE VISION TRANSVERSALE QUI S'APPUIE SUR PLUSIEURS THÉMATIQUES : CIRCUITS COURTS, ÉCONOMIE CIRCULAIRE, ÉCONOMIE COLLABORATIVE, DIGITALISATION, SERVICES À LA PERSONNE... SON APPROCHE SE VEUT AVANT TOUT PRAGMATIQUE ET DE TERRAIN. « LA GRANDE-RÉGION EST UN LIEU D'EXPÉRIMENTATION PROPICE À LA CRÉATION DE SYNERGIES DANS CES DOMAINES », INDIQUE BERNARD LAHURE, GÉRANT DE ECOTRANSFAIRE. « NOUS AVONS, DANS LA GRANDE-RÉGION, LES RESSOURCES ET LES COMPÉTENCES NÉCESSAIRES. LE CLUSTER, AVEC SES PARTENAIRES, AGIT COMME UN ACTIVATEUR : EN METTANT EN RÉSEAU LES ACTEURS, IL AIDE À L'ÉMERGENCE DE PROJETS », COMPLÈTE FRÉDÉRIC THÉATE, PROJECT LEAD CHEZ ECOTRANSFAIRE.

MT

LA SUITE EST SUR INFOGREEN.LU





2019, notre année de l'accessibilité



Le tourisme pour tous est bien plus qu'un logement accessible pour les vacances

Une offre d'hébergement sans obstacles, seule, ne suffit pas au voyageur en situation de handicap. Au cours d'un voyage, les clients utilisent des offres et des services très différents, qui doivent s'inscrire dans une **chaîne de services touristiques continue et sans obstacle**, allant de la recherche d'informations, en passant par le déplacement, l'hébergement, les offres gastronomiques et l'organisation de loisirs jusqu'au suivi après le retour. **Tous les maillons de cette chaîne touristique doivent être pris en compte pour permettre aux vacanciers en situation de handicap de voyager sans souci.**



10joer
321 Vakanz
Tricentenaire

Pour assurer ces voyages individuels ou en groupe de personnes en situation de handicap, **nous sommes à la recherche d'accompagnateurs bénévoles**. Si vous cherchez une activité passionnante et si vous voulez vous engager au service de la société, n'hésitez pas à nous contacter :

321vakanz@tricentenaire.lu ou par tél. 33 22 33 321
50, route de Diekirch L-7220 Walferdange

S'INFORMER POUR AGIR

4x3 est le premier (et le seul) média à bénéficier de l'agrément société d'impact sociétal (SIS). La vocation de ce trimestriel : soutenir le dialogue entre les sphères politique, économique, institutionnelle et citoyenne, et incarner un espace de réflexion sur les initiatives engagées pour un monde plus durable.

ARTICLE INFORMÉ PAR MÉLANIE TRÉLAT,
PHOTO AGIE PAR FANNY KRACKENBERGER



▲ Frédéric Liégeois

Tout est dit dans la *punchline* du magazine : « S'informer pour agir ». Son impact sociétal se trouve avant tout dans son ADN de média orienté développement durable, dans les sujets qu'il traite, qui en font un véritable acteur du changement. Mais il est aussi dans son mode de production qui respecte l'environnement de bout en bout. Il est réalisé avec un papier unique, le papier « crush », c'est son nom, labellisé FSC bien sûr, et conçu selon les principes de l'économie circulaire à partir de résidus industriels de bois, de fruits et de céréales qui sont upcyclés, ce qui lui donne un aspect velouté inimitable. Le magazine est également distribué sous un blister entièrement biosourcé et compostable. Les émissions de CO₂ liées à sa fabrication sont entièrement compensées par son engagement auprès de Nature Office dans un projet de centrale hydro-électrique. Et, parce que sa vocation première est la sensibilisation aux enjeux liés au développement durable, il est gratuit, donc accessible à tous.

4x3 magazine et 4x3 SIS sàrl, sa société editrice, ont soufflé leur première bougie. Depuis décembre 2017, date à laquelle l'entreprise a reçu l'agrément SIS, ce sont 20 000 exemplaires qui ont été distribués et 4 événements qui ont été organisés (un pour la sortie de chaque numéro). Ces événements combinent la découverte de projets et initiatives aussi durables qu'innovants avec un moment de *networking* convivial autour d'un buffet qui est toujours 100 % bio, *fairtrade*, voire local.



La mise en relation des partenaires Infogreen et des parties prenantes du magazine est un des buts premiers de ces événements. « Nous avons déjà su réunir plus de 300 personnes autour de thématiques percutantes, relatives au développement durable, et sommes heureux de fédérer une communauté d'acteurs, d'entreprises et de mécènes au Luxembourg », souligne Frédéric Liégeois, CEO de la SIS.

Chaque parution est aussi l'occasion pour 4x3 de faire un don en faveur d'un projet solidaire. C'est ainsi que 3 000 euros ont été redistribués à différentes associations : 3,2,1 Vakanz qui offre la possibilité à des personnes handicapées de partir en vacances, la Fondation Follereau qui défend les droits des femmes et des filles à travers le monde, et PADEM qui vise à améliorer la qualité de vie des populations vulnérables, en particulier des enfants, dans les pays en voie de développement.

4x3 est un projet unique au Luxembourg, réalisé en synergie avec la plateforme *Infogreen.lu*, le 1^{er} quotidien d'information sur les enjeux du développement durable depuis 6 ans. Infogreen met à disposition de 4x3 un espace en ligne dédié dans le but d'assurer une diffusion virale vers ses 40 000 abonnés sur les réseaux sociaux.

En 2019, toute l'équipe de 4x3 promet « un beau programme avec des actions de terrain ».



Une autre perspective

sur la qualité de vie au travail

STRESS REVOLUTION PROMET D'OFFRIR «UNE AUTRE PERSPECTIVE SUR LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL». «NOUS VIVONS ACTUELLEMENT CE QU'ON APPELLE LE VUCA TIME, ACRONYME POUR VOLATILITY, UNCERTAINTY, COMPLEXITY, AMBIGUITY. C'EST UNE PÉRIODE, MARQUÉE PAR LA MONDIALISATION ET LA DIGITALISATION, TRÈS DIFFÉRENTE DE CELLE QUI L'A PRÉCÉDÉE OÙ L'ON CONNAISSAIT STABILITÉ ET CONTINUITÉ. OÙ L'ON AVAIT DES REPÈRES ET OÙ LA RATIONALITÉ ET LES STRATÉGIES D'ENTREPRISE POUVAIENT S'APPLIQUER DE FAÇON LINÉAIRE. CETTE TRANSITION GÉNÈRE DES DIFFICULTÉS D'ADAPTATION. OR, SEULES LES ENTREPRISES QUI PEUVENT S'ADAPTER PERDURERONT», EXPLIQUE ODETTE SANGARÉ, SOPHROLOGUE ET FORMATRICE SALARIÉE CHEZ CESAP, LA STRUCTURE QUI PORTE STRESS REVOLUTION. «NOUS ACCOMPAGNONS LES ENTREPRISES ET PERSONNES À TRAVERS UN CHEMINEMENT POUR LES AIDER À GÉRER CES CHANGEMENTS. NOUS TRAVAILLONS DANS UNE LOGIQUE SYSTÉMIQUE ET CONSIDÉRONS QUE L'ENSEMBLE DES ACTEURS ET ÉVÈNEMENTS SONT INTERCONNECTÉS ET INTERDÉPENDANTS. NOUS CHERCHONS AINSI NON PAS LA STIGMATISATION DES ACTEURS, MAIS LA RESPONSABILISATION ET L'ACTION VOLONTAIRE CONCRÈTE ET COORDONNÉE DES DIFFÉRENTES PARTIES PRENANTES. LE VUCA TIME EST UN ÉTAT DE FAIT. NOTRE BUT EST QUE CHACUN DANS L'ENTREPRISE EN DEVIENNE ACTEUR EN INTÉGRANT CES PARAMÈTRES, CE QUI PERMET À L'ENTREPRISE ET AU SALARIÉ D'EN TIRER DES BÉNÉFICES».

PLUS DE CONTENU SUR INFOGREEN.LU



Vers de nouvelles formes de partenariat

POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX DE NOTRE SOCIÉTÉ, ENTREPRISES PRIVÉES, ENTREPRISES DE L'ESS ET ASSOCIATIONS ONT PRIS CONSCIENCE QU'ELLES POUVAIENT ET DEVAIENT TISSER DES LIENS. AFIN DE STIMULER LA CRÉATION DE CES PARTENARIATS, IMS LUXEMBOURG A INITIÉ DÈS 2013 LE PROJET PART&ACT EN COLLABORATION AVEC SIX ASSOCIATIONS ET HUIT ENTREPRISES. CETTE INITIATIVE OFFRE NOTAMMENT UNE MISE EN RELATION ET UN ACCOMPAGNEMENT SUR LA DURÉE DANS LA CONSTRUCTION DE PARTENARIATS. LES RÉSULTATS D'UNE ENQUÊTE D'IMS SUR LA CONTRIBUTION DES ENTREPRISES AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE RÉVÉLAIENT QUE 76% D'ENTRE ELLES SONT DISPOSÉES À CO-CRÉER DES SOLUTIONS INNOVANTES AVEC DES ORGANISATIONS DE CETTE NOUVELLE ÉCONOMIE. LES TROIS THÉMATIQUES QUI INTÉRESSENT LE PLUS SONT L'ÉDUCATION ET LA JEUNESSE (51%), L'EMPLOI ET L'INSERTION (37%) ET L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE (34%) DEVANT, ENTRE AUTRES, L'ÉNERGIE DURABLE, LA SANTÉ ET LA NUTRITION OU ENCORE LA SILVER ECONOMY. POUR ALLER PLUS LOIN : INFOGREEN.LU.



Développer pour la bonne cause

ILS ÉTAIENT UNE TRENTAINE À AVOIR RÉPONDU «PRÉSENT» À L'INITIATIVE D'INTECH. POUR LE HACKATHON LUX4GOOD, LES 12 ET 13 OCTOBRE DERNIERS AU TECHNOPORT À BELVAL. LES 6 ÉQUIPES DE 4 À 6 PERSONNES ONT TRAVAILLÉ CHACUNE SUR UN PROJET DIFFÉRENT, CHOISI PARMI LES 14 QUI LEUR AVAIENT ÉTÉ PROPOSÉS PAR DES INSTITUTIONS, ASSOCIATIONS ET START-UP LUXEMBOURGEOISES ACTIVES DANS DES DOMAINES AUSSI ÉCLECTIQUES QUE LA FINANCE RESPONSABLE, L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE, LE BIEN-ÊTRE OU LA DIVERSITÉ. C'EST LE PROJET PORTÉ PAR L'ASSOCIATION DES PARENTS D'ENFANTS HANDICAPÉS MOTEURS (APEHM) QUI A REÇU LE 1^{ER} PRIX. UNE DES MISSIONS DE CET ORGANISME EST D'ACCOMPAGNER LES PARENTS ET FUTURS PARENTS QUI SONT EUX-MÊMES HANDICAPÉS MOTEURS OU MENTAUX. SA VOLONTÉ ÉTAIT DE PROPOSER À CES PERSONNES UNE APPLICATION MOBILE TRÈS DIDACTIQUE LEUR PERMETTANT DE SUIVRE LEUR GROSSESSE À TRAVERS DIVERS CONSEILS. LE PRINCIPAL ENJEU AUQUEL A SU PARFAITEMENT RÉPONDRE L'ÉQUIPE GAGNANTE SE TROUVAIT DANS L'ACCESSIBILITÉ DE CETTE APPLICATION. MT

POUR EN SAVOIR PLUS, RENDEZ-VOUS SUR INFOGREEN.LU

DES INSTRUMENTS FINANCIERS POUR LES SOCIÉTÉS D'IMPACT SOCIÉTAL

La Société Nationale de Crédit et d'Investissement (SNCI) est un établissement public spécialisé dans le financement des entreprises implantées au Luxembourg, œuvrant ainsi en faveur du développement et de la diversification économiques.

ARTICLE CRÉDITÉ PAR MÉLANIE TRÉLAT, PHOTO IMPACTÉE PAR FANNY KRACKENBERGER

Il y a un an, la SNCI a signé un *Memorandum of Understanding* (MOU) avec 6zero1, formalisant

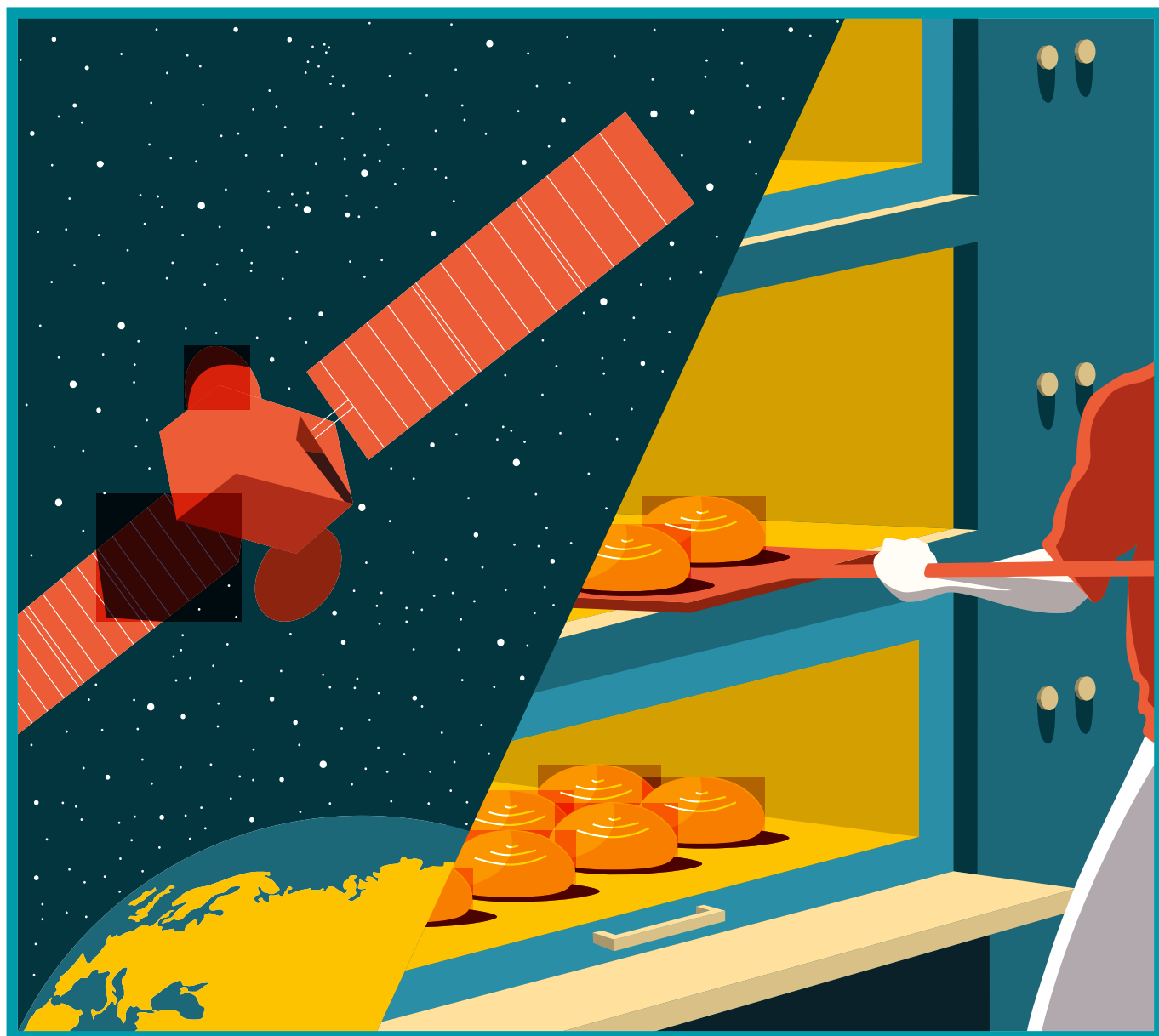
ainsi sa volonté d'élargir sa mission d'intérêt général aux entreprises actives dans le domaine de l'économie

sociale et solidaire. « C'est une branche qui a sa place dans l'économie luxembourgeoise, et où nous voulons être présents. C'est pourquoi nous avons décidé de soutenir l'initiative du gouvernement et proposé d'accompagner les sociétés d'impact sociétal (SIS), qui par ailleurs remplissent nos conditions d'éligibilité, en cofinçant leurs projets », explique le directeur de la banque publique, Emmanuel Baumann. Parmi les instruments à la disposition des SIS : le prêt de création et reprise, le crédit équipement et le prêt indirect développement.



▲ Emmanuel Baumann





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

LE PRÊT DE CRÉATION ET REPRISE

Peuvent en bénéficier les PME nouvellement créées ou reprises en mesure de présenter un plan d'affaires et un plan de financement, ce dernier devant prévoir une mise de fonds propres de 15 %. Le prêt permet de cofinancer les dépenses nécessaires à la réalisation du plan d'affaires comme les terrains, immeubles ou locaux à usage professionnel, l'outillage, les licences de fabrication, de production et de vente, les logiciels, les frais d'établissement, la clientèle, les fonds de roulement ou encore les stocks. Il s'élève entre 5 000 euros et 250 000 euros, sans dépasser 40 % de la base éligible, et s'étale généralement sur 7 ans, avec possibilité d'extension si le projet comprend plus de 50 % d'immobilisations. Le taux d'intérêt applicable est de 4 %.

LE CRÉDIT ÉQUIPEMENT

Il s'adresse aux PME et sert à financer les actifs corporels et incorporels amortissables ainsi que les terrains utilisés exclusivement

à des fins professionnelles. Il couvre 25 à 75 % de l'investissement, qui doit être au minimum de 12 500 euros (sauf en cas de premier établissement) et au maximum de 2 500 000 euros. Il est remboursable en 5 à 14 ans, avec un taux d'intérêt fixe de 1,5 %.

LE PRÊT INDIRECT DÉVELOPPEMENT

Ce prêt est accordé par l'intermédiaire des banques luxembourgeoises agréées. Il est dédié à la réalisation de projets d'expansion, remplacement, innovation, création ou reprise, ayant une influence motrice sur le développement économique du pays. Sont éligibles les investissements amortissables et les *cash-flows* opérationnels négatifs réalisés dans le cadre du projet. 20 % au moins doivent être couverts par des moyens propres. Le montant du prêt est de 12 500 à 10 000 000 d'euros avec un taux de 2 à 2,5 % en fonction de la durée de remboursement (5 à 10 ans, prolongeables de 3 ans).

.....

UN LOGEMENT POUR SORTIR DE L'IMPASSE

10 000 à 20 000 logements seraient inoccupés au Luxembourg et 1 000 hectares de terrains sont vacants. Une ressource inexploitée qui peut être mise à disposition de personnes en situation difficile le temps de se remettre en selle.

ARTICLE ABRITÉ PAR MÉLANIE TRÉLAT,
PHOTO IMMOBILISÉE PAR FANNY KRACKENBERGER

L'Agence immobilière sociale (AIS) est un département de la Fondation pour l'accès au logement, financé par les ministères du Logement et de la Famille, les communes et les offices sociaux. Sa mission première : transformer des maisons ou appartements inoccupés en logements sociaux et proposer ainsi un toit en urgence à des familles défavorisées. Elle aide ses bénéficiaires à trouver un logement agréable, efficace sur le plan énergétique et

proche de toutes commodités, mais elle les accompagne également dans leur réinsertion sociale jusqu'à ce qu'ils soient autonomes : suivi psychologique, obtention du permis de conduire, formation, recherche d'emploi, etc. Un véritable tremplin pour rebondir ! « Dans ce système, le logement n'est pas une finalité, mais un moyen », précise Gilles Hempel, directeur de la fondation. La gestion locative sociale profite aussi aux propriétaires à qui elle apporte

une double garantie : celle que le loyer sera payé et celle de pouvoir récupérer leur bien en bon état, à tout moment, à la seule condition d'accepter de le louer à un prix inférieur à celui du marché (sachant que le manque à gagner peut être en partie comblé par une exonération d'impôts de 50 % sur les recettes locatives). C'est en fait une assurance « casco » que l'AIS offre à ces propriétaires, souvent des personnes âgées parties vivre en maison de retraite

SUR
LE
WEB





▲ Gilles Hempel

ou des personnes refroidies par une mauvaise expérience sur le marché traditionnel.

Avec 520 logements en gestion, le système a fait ses preuves. La fondation a donc décidé de l'étendre aux *Baulücken*, les terrains non bâtis situés entre deux maisons existantes. L'idée est de les louer pour y poser des modules d'habitation amovibles. Comme leur installation ne nécessite aucune intervention sur le terrain, ils peuvent être

facilement déplacés dès que le propriétaire le demande. Réalisés avec le concours de la société Polygone et du bureau Banice Architectes, ils offrent un design, un niveau de confort et des valeurs énergétiques équivalant à ceux d'une maison classique.

Autre projet dans les cartons de la Fondation pour l'accès au logement : la promotion immobilière sociale. « Le Luxembourg souffre d'un déficit en logements sociaux par rapport aux pays voisins :

ils constituent seulement 2 % du parc immobilier », explique Gilles Hempel. Il fallait donc trouver une solution pour soutenir les ménages vulnérables pour une durée indéterminée au-delà de la période transitoire de trois ans reconductibles prévue par l'AIS. C'est désormais chose faite puisque la fondation est en train de réhabiliter une ancienne demeure à Niederkorn. Sept logements y seront disponibles dès la rentrée 2019 puis, dans un second temps, une douzaine d'autres seront construits sur la même parcelle. Les procédures sont également en cours pour l'acquisition d'un terrain à Hosingen en vue d'y créer six appartements. « Pour mener à bien cette nouvelle activité, nous avons recruté une architecte chef de projet qui nous représente en tant que maître d'ouvrage », conclut-il.



Christophe Lesuisse,

directeur général du Tricentenaire

« AU SEIN DU GROUPE, L'ESS CONCERNE PARTICULIÈREMENT LES ATELIERS DU TRICENTENAIRE QUE NOUS AVONS OUVERTS IL Y A UNE DIZAINE D'ANNÉES. SOUS LA FORME D'UNE SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE, MEMBRE D'AILLEURS DE L'ULESS. »

AUJOURD'HUI, QUATRE SERVICES EMPLOIENT AU TOTAL PRÈS DE 50 TRAVAILLEURS EN SITUATION DE HANDICAP :

- L'ATELIER CHOCOLATERIE (CHOCOLATS DU CŒUR), OÙ 17 PERSONNES PRODUISENT, SOUS L'ŒIL ATTENTIF DE TROIS MAÎTRES CHOCOLATIER. NOUS SOMMES TRÈS FIERS DE VOIR CERTAINS EMPLOYÉS S'APPROPRIER LEUR MÉTIER AU POINT DE FORMER DE NOUVEAUX COLLABORATEURS EN SITUATION DE HANDICAP ;

- L'ATELIER IMPRIMERIE, QUI EMPLOIE 12 PERSONNES, DONT DEUX POUR L'ACCOMPAGNEMENT DES GRAPHISTES DANS DES TRAVAUX ARTISTIQUES ET UN IMPRIMEUR ;

- L'ATELIER PRESTATRI, QUI REGROUPE TOUTES SORTES DE PRESTATIONS D'ENTREPRISES (ÉTIQUETAGE, INSERTION DE CD DANS DES MANUELS, PRÉPARATION DE SACHETS FAIRTRADE POUR LA SAINT-NICOLAS, ETC.) ;

- L'ATELIER THÉS (AU CŒUR DU THÉ), QUI CONSISTE EN DU CONDITIONNEMENT EN SACHETS INDIVIDUELS ET EN SACHETS DE 80 G D'UNE QUINZAINE DE THÉS FAIRTRADE ET BIO. »

M - AH

L'INTERVIEW COMPLÈTE EST SUR INFOGREEN.LU

JOINDRE FAIRTRADE ET ESS POUR UNE DÉMARCHE GLOBALE ET COHÉRENTE

Geneviève Krol de Fairtrade Lëtzebuerg agit depuis 1992 pour la promotion du commerce équitable et son intégration dans l'économie sociale et solidaire au Luxembourg.

ITW!

MANIFESTÉE PAR MARIE-ASTRID HEYDE



▲ **Geneviève Krol**

Fairtrade Lëtzebuerg, en tant qu'ONG non gouvernementale de développement, est reconnue par l'État et cofinancée par le ministère de la Coopération luxembourgeoise. Employant 4,5 personnes en équivalent temps plein, elle a pour missions principales d'attirer l'attention du grand public sur les inégalités dans le commerce mondial et de promouvoir un système économique fondé sur des échanges durables et équitables. Au Luxembourg, elle réalise un travail continu de sensibilisation et d'éducation à la citoyenneté, et travaille également de manière la plus étroite possible avec le milieu politique afin que les bonnes décisions soient prises tant au niveau national qu'europpéen.

DE QUELLE MANIÈRE LE COMMERCE ÉQUITABLE S'INTÈGRE-T-IL DANS L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE ?

L'économie sociale et solidaire (ESS) intervient pour répondre à des besoins délaissés par les entreprises et par l'État et elle cherche de nouveaux modes de fonctionnement de l'économie. Le commerce équitable est un nouveau modèle, une alternative au commerce conventionnel. On y reprend les bases de l'ESS puisqu'on



5-7 avril 2019
Aux Rotondes

FAIR FASHION DAYS

*Exposants de mode éthique, Créateurs
de upcycling, Expositions, Workshops,
Conférences, Défilé de mode*

**RE THINK
YOUR
CLOTHES**

travaille avec des coopératives, des associations Fairtrade, où l'on trouve une gestion démocratique. On peut créer un véritable parallèle entre le fonctionnement de l'ESS, ici au Luxembourg, et le fonctionnement des coopératives de producteurs dans les pays du sud. Le modèle du commerce équitable se fonde vraiment sur l'ESS.

COMMENT TRAVAILLEZ-VOUS AVEC LES ACTEURS DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE ?

Actuellement, au Luxembourg, il y a différents acteurs qui se développent et se mobilisent pour le commerce équitable. Je pense notamment à la chocolaterie du Tricentenaire et au groupe Elisabeth. Il y a bien sûr également des acteurs conventionnels qui ont des produits Fairtrade dans leur gamme simplement parce qu'il y a une demande de plus en plus grande au Luxembourg. Mais d'autres acteurs, parfois plus petits et locaux, s'intègrent véritablement dans le système de l'ESS. On essaye de cibler ces initiatives pour qu'il y ait une approche cohérente, globale dans leur démarche. Dès qu'une nouvelle initiative se développe au Luxembourg, on va la sensibiliser, essayer de nouer un partenariat pour l'aider, l'accompagner dans la recherche des bons fournisseurs. Le groupe Elisabeth, par exemple, a choisi un fournisseur de thé qui, en France, est déjà sur un modèle de l'ESS. Ça ne s'arrête donc pas à ce qui est fait au Luxembourg. Toute la production Fairtrade dans les pays du Sud répond déjà à de nombreux critères économiques, sociaux, écologiques. Dans le Nord, chez nous, où ces produits sont transformés, certains acteurs sont encore très conventionnels. C'est donc aussi à nous de les mettre en relation avec les bonnes personnes.

POUVEZ-VOUS DÉVELOPPER UN EXEMPLE DE CE TYPE DE COLLABORATION ?

La coopérative luxembourgeoise D'fair Mëllech a pour objectif d'assurer une rémunération correcte des producteurs de lait du pays. Mais sa démarche va plus loin. Nous travaillons en partenariat avec cette coopérative, car pour les produits chocolatés, elle utilise du sucre et du cacao issus du commerce équitable. C'est un projet que j'apprécie beaucoup car il est cohérent sur toute la chaîne. C'est un beau projet qui montre que l'économie sociale et solidaire peut fonctionner non seulement dans un pays, mais aussi en prenant en compte des matières premières qui viennent d'autres régions du monde. Le Tricentenaire et le groupe Elisabeth en sont d'autres très bons exemples.



Thomas Kauffmann,
directeur exécutif d'ECPAT Luxembourg

« ECPAT LUXEMBOURG EST UNE ASSOCIATION SANS BUT LUCRATIF QUI EST ACTIVE À LUXEMBOURG, EN EUROPE ET DANS DIFFÉRENTS PAYS DU SUD POUR LA PRÉVENTION CONTRE L'EXPLOITATION SEXUELLE DES ENFANTS, LA PROTECTION ET LA RÉHABILITATION DES ENFANTS CONTRE CE FLÉAU. EN CELA, NOTRE ASSOCIATION TRAVAILLE POUR UN MONDE PLUS HEUREUX OÙ IL N'Y AURAIT PLUS D'EXPLOITATION SEXUELLE DES ENFANTS, AUGMENTANT AINSI LE BIEN-ÊTRE GLOBAL. POUR ARRIVER À CE RÉSULTAT, L'ASSOCIATION NOUE DIFFÉRENTS PARTENARIATS, À LUXEMBOURG ET AILLEURS, AVEC DES ACTEURS DU MONDE ASSOCIATIF MAIS ÉGALEMENT DE L'ÉCONOMIE FORMELLE ET INFORMELLE. AINSI, POUR DONNER QUELQUES EXEMPLES CONCRETS, NOUS AVONS TOUT RÉCEMMENT SIGNÉ UN PARTENARIAT AVEC LA FÉDÉRATION LUXEMBOURGEOISE DE FOOTBALL POUR UNE PROTECTION DES ENFANTS QU'ELLE ACCUEILLE CONTRE TOUTE FORME DE VIOLENCE SEXUELLE. NOUS TRAVAILLONS ÉGALEMENT DEPUIS DE NOMBREUSES ANNÉES AVEC LE SECTEUR DU TOURISME, COMME LUXAIRGROUP OU LE GROUPE ACCOR AU LUXEMBOURG, POUR UNE INFORMATION DES VOYAGEURS SUR LEURS POSSIBILITÉS DE PROTÉGER LES ENFANTS AU LUXEMBOURG. ET NOUS TRAVAILLONS AVEC DIVERSES AUTRES ENTREPRISES QUI ONT COMPRIS LA RESPONSABILITÉ SOCIALE QUI LEUR INCOMBE ET QUI VEULENT S'Y ATTELER. »

DÉCOUVREZ LE TÉMOIGNAGE COMPLET DE THOMAS KAUFFMANN SUR INFOGREEN.LU





Vous avez un projet ? Réalisons-le ensemble !

Visitez notre **Maison Témoin** équipée d'un système complet en domotique sans fil EnOcean® et d'installations technologiques **écologiques** à base d'énergies renouvelables.

Visites sur rendez-vous.

clk.lu

E gudde Projet brauch e **staarke Partner**
Le bon plan aux mains d'un **partenaire solide**

CLK

CONSTRUCTIONS



MORE EUR-HOPE

PAR FRÉDÉRIC LIÉGEOIS

PHOTOS DE FANNY KRACKENBERGER

On ne peut pas prévoir l'avenir, on peut le préparer... Cet adage, il en a fait le fil rouge de sa vie. Marc Wagener, directeur des affaires économiques de la Chambre de Commerce et directeur de la Fondation IDEA asbl, dessine du bout des doigts ce qu'il espère pour notre pays. Portrait d'une existence et d'une conviction hors normes.



A man with glasses, wearing a dark blazer over a light-colored shirt and dark trousers, is walking towards the camera in a long, modern glass-enclosed corridor. The corridor has a dark, textured ceiling with recessed lights and glass railings on both sides. The background shows a modern building structure with glass and metal frames.

La bella vita

Marc Wagener est né à Luxembourg-Hamm le 12 avril 1978, il y passe une enfance heureuse et insouciante et se découvre très rapidement une passion pour la nature, apprécie la vie à l'extérieur. À deux pas de la Ville, il a une enfance baignée dans un esprit de village, sans trop de tracas.

Deux grands frères, une mère au foyer, il grandit dans un cocon très classique. Toutefois, dès son plus jeune âge, avec un père fonctionnaire à l'OTAN, il ressent sans la comprendre la notion de tension géopolitique. À des questions simples comme « Pourquoi ne peut-on pas voyager en Hongrie, en Tchécoslovaquie, en RDA ? » Ses réponses sont « Parce qu'on est à l'OTAN et que les pays en question sont dans le Pacte de Varsovie ».

L'éveil

La jeunesse passe sans

complications, il poursuit d'abord ses études au Lycée des Garçons à Luxembourg-Ville, mais les mathématiques et le français n'étant pas ses points forts, il intègre un nouvel établissement, le lycée Michel Lucius, orienté commerce, économie, comptabilité... des matières qui l'inspirent et conditionnent son choix pour la poursuite de ses études supérieures. Plus les années passent et plus Marc dévoile de réelles aptitudes scolaires.

Ce sont des années

d'insouciance, entre jeunes, baignées par Street Fighter et les autres jeux d'arcade. « On y laisse toutes nos pièces de 10 et 20 francs et tous nos mardis et jeudis après-midi... » déclare-t-il, le sourire aux lèvres. Toute son enfance rime avec insouciance. Pas d'événements de rupture, de divorce, de problèmes familiaux, de redoublement, Marc a vraiment pu jouir d'une enfance sans tracas.

À quoi rêve l'adolescent

Marc Wagener ? Il n'est pas visionnaire. Plutôt pragmatique. En se disant que les matières scolaires qu'il suit – économie, comptabilité – sont des matières pour lesquelles il a une certaine aisance. Sachant qu'il y aura toujours des postes à pourvoir pour un profil comme le sien sur le marché de l'emploi, il décide de poursuivre ses études supérieures sur cette voie et rejoint HEC de Liège.

Au-delà de cette problématique, Marc

prend conscience d'une notion transversale. Il comprend que nous baignons tous dans un environnement qui se nourrit de concepts économiques et financiers.

Sa réflexion est simple et son frère

exerçant dans le domaine scientifique la lui inspire. Il se dit : « Je peux très bien vivre tout en ne sachant pas de quels atomes est constitué le verre d'eau que je suis en train de boire, mais lui doit s'intéresser à la différence entre le salaire brut et net, aux grèves ou mouvements sociaux, il entend parler de PIB, de croissance, de politique... ».

Ces concepts socio-économiques sont donc

omniprésents et concernent la vie quotidienne de chacun. Quoique l'on fasse dans la vie, on a toujours affaire à ces notions. C'est cette seconde raison combinée à son pragmatisme qui lui confirme que sa voie professionnelle est la bonne.

Des études à Liège où il ne veut pas tomber

dans le piège de rester uniquement entre Luxembourgeois mais où il souhaite surtout s'ouvrir au monde, s'intégrer au pays, aller à la rencontre de ses condisciples.

Étudiant, à l'époque, c'est sa pile de linge

sale qui rythme la périodicité de ses retours au domicile familial. Il respire la ville, va à la rencontre du monde et retient de très bons souvenirs de ses quatre ans à Liège.

Il décide d'enchaîner sur un master à

l'Université Libre de Bruxelles (version flamande, la « Vrije Universiteit Brussel »), un cursus en langue anglaise sur l'intégration européenne – *Master in European Integration and Development*.

European integration

LE GRAND ENTRETIEN

32

Marc a toujours aimé voyager, pratiquer des langues étrangères, ce qui reste encore aujourd'hui une de ses plus grandes passions. Au Luxembourg, il vit l'Europe tous les jours, frontières ouvertes, devise unique. L'Europe, comme marqueur de son existence, l'a toujours fasciné, interpellé et il veut la comprendre. 80 % et de notre législation et donc du cadre de notre économie sont façonnés par l'Europe, influencés par l'Europe. Dans certains domaines, comme la fiscalité, l'Europe est plus intégrée que les États-Unis.

Il est fier de déclarer « Je suis europhile, je profite de cette Europe, de la libre circulation, elle me fascine ». Son master lui a permis d'approfondir ses connaissances de l'Europe. Après avoir vécu les frontières, le Pacte de Varsovie, conscient que ces acquis si naturels aujourd'hui ne sont pas tombés du ciel, la construction de l'Europe est pour lui très importante : une communauté de destin, le maintien des libertés fondamentales, la libre circulation des biens et des services, mais surtout des personnes.



SUR
LE
WEB



Des rencontres marquantes ?

Ici surprise, bien sûr on est conscient que

son père a une empreinte forte sur sa trajectoire, mais au-delà, on comprend que c'est dans un premier temps sa volonté d'intégration et son caractère adaptable qui lui ont permis de profiter de chaque période de sa vie. Des rencontres, il en a faites mais de prime abord, pas de nom. Marc est très sensible aux influences de son entourage, amis, collègues, relations professionnelles... ce qui lui permet de grandir en tant que personne et de challenger ses points de vue.

Marc nous parle de son Erasmus, 6 mois à

Turku en Finlande, 6 mois qui auront marqué sa vie aujourd'hui encore. 6 mois où les piles de linge sale ne suffisaient plus pour planifier un retour au domicile familial, 6 mois en complète autonomie au cours desquels il rencontre des personnes qui changent sa vie. Ce cercle de quatre amis qu'il voit encore à présent. Des amis europhiles comme lui. Si loin physiquement, et pourtant si proches de ses passions pour le voyage, les langues, l'échange. Au fil des années, de différentes périodes de sa vie, Marc prend conscience qu'il faut défendre ces valeurs, les cultiver, les développer.

Pour lui, « Même si aujourd'hui nous avons

ces libertés fondamentales, peu de chômage, des revenus convenables... rien n'est acquis, il faut y travailler quotidiennement ».

Le développement durable ? La nature, les

ressources, l'énergie, les matières premières, et plus largement le concept de développement durable ont été complètement absents de son cursus académique. On ne lui a jamais enseigné cette notion, le point de rencontre entre les ressorts économiques, une cohésion sociale et une durabilité, capacité régénérative des ressources, c'est un concept qui est venu lorsqu'il a rejoint la Chambre de Commerce.



Le pilier économique

Nous sommes en 2009, en

pleine crise économique mondiale, sa mission dans les premiers mois est plutôt d'éteindre les départs d'incendie, de faire du *lobbying* politique, mais il comprend que ce n'est pas une simple crise de l'immobilier américain frappant l'Europe et le monde entier, mais bien tout un modèle qui n'est pas soutenable, une crise systémique.

Fin 2009, début 2010, il

échange avec Carlo Thelen, responsable à l'époque des affaires économiques de la Chambre de Commerce, cette question simple : « Ne doit-on pas revoir notre conception du monde ? Au cœur de cette césure, de cette crise majeure, ne faut-il pas s'intéresser davantage à sortir de cette logique de rationalité purement économique – droit du travail, taxe faible, cadre favorable aux entreprises promotion du commerce extérieur –, et aller plus loin que ce que la Chambre a toujours fait – avis, conseil à la création, foire, missions économiques, porte-parole des entreprises –, et poursuivre ? N'a-t-on pas intérêt à diversifier notre portefeuille ? Il n'y a pas que la pertinence d'une pure politique macroéconomique fondée sur la rationalité de la politique monétaire mais aussi la cohésion sociale, l'environnement naturel ».

Le pilier social

Partant du postulat que le Luxembourg

attire les investissements étrangers et offre un cadre favorable à la création d'entreprises. Avec une vraie « classe moyenne », une distribution des revenus encore très équitable, un système social très généreux, un salaire minimum élevé, l'absence de grèves... Il connaît une certaine cohésion sociale, une paix sociale, et cela représente une vraie force d'attraction.

Dans un pays où près de la moitié des

habitants ne sont pas luxembourgeois, avec énormément de frontaliers et où chacun œuvre au bien-être collectif, Marc ouvre une brèche pour mettre en lumière les sujets sociaux, sociétaux qui lui sont chers. Il publie dans la foulée un article dans la série « Actualité & Tendances » sur la diversité et l'intégration avec comme titre « La diversité règne, l'intégration piétine » dans lequel il se pose la question de savoir comment intégrer cette population dans le processus politique en abordant la problématique du droit de vote... Le référendum sur ce sujet, avec comme résultats un non massif au droit de vote des étrangers en 2015, lui donne sa réponse, même s'il en est déçu.

Toutefois, la Chambre de Commerce

identifie cette problématique et prend conscience qu'elle a tout intérêt à œuvrer en faveur de la cohésion sociale, à s'intéresser à la redistribution et à être force de proposition.



Le pilier environnemental

En 2010, Marc part vraiment de zéro sur ce sujet et explique la base dans un « Actualité et Tendances » sur le développement durable, ce que sont la commission Brundtland, les trois cercles du développement durable avec les notions de viable, vivable et équitable, et y cristallise une dizaine de tendances.

À cet instant on commence

à parler d'efficacité énergétique et moindre consommation de ressources. C'est la première fois que la Chambre émet un avis structuré sur les énergies renouvelables. Pour schématiser, le renouvelable est jusqu'alors perçu comme l'*offshore* dans la mer du Nord, personne n'imagine que le Luxembourg, même si les potentialités ne sont pas infinies, peut être acteur et producteur d'énergies renouvelables, photovoltaïque, cogénération, biomasse, hydroélectrique – avec le barrage de Haute-Sûre –, et a une filière bois.

Mais pour lui « La meilleure

énergie est celle que l'on ne consomme pas », il sait qu'il y a un gaspillage énorme, et même si le Luxembourg est bien meilleur que la moyenne des pays de l'OCDE, 80 % de l'énergie se perd entre la production et la distribution. Marc a donc progressivement essayé d'aller vers ces sujets. La Chambre n'est pas simplement présente pour donner des conseils et organiser des missions économiques, mais doit aussi contribuer à proposer une vision d'avenir pour le pays et relever ces défis.

Marc est un vrai

autodidacte sur ces sujets,

il les découvre en 2010 et, presque brutalement, comme lorsque l'on gravit une montagne et que l'on passe de lacet en lacet, arrive l'heure où le panorama se dévoile devant ses yeux. Marc est littéralement happé par ces enjeux.

Pierre Gramegna, alors

directeur de la Chambre, se demande jusqu'où la Chambre

devrait se positionner sur ces thématiques et mettre en exergue des défis sur la cohésion sociale et l'écologie... mais il lui laisse tout de même champ libre pour avancer sur ses réflexions. C'est sans doute aussi pour cela que Marc est depuis lors resté à la Chambre de Commerce, car elle a fait siennes ses convictions sans le limiter dans la mise en œuvre de sa vision.







Albert Einstein

*"It's not that I'm so smart,
it's just that I stay with
problems longer."*

La prospective?

En 2013, toujours en période de crise

économique, on vit une crise du modèle linéaire. Avec la Grèce, le Portugal, l'Irlande en difficultés, des craintes, des doutes naissent. Entre-t-on dans une phase de ralentissement, de décroissance ? C'est la croisée des chemins.

Marc est convaincu qu'il faut faire encore

plus d'Europe et redoubler d'efforts. Naît ainsi cette volonté à la Chambre de Commerce et à l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL), son organisation faîtière, de préparer l'avenir, d'avoir une réflexion sur la prospective.

Comme il le souligne, « On ne peut pas

prévoir l'avenir mais on peut le façonner, le préparer ». C'est ce que Marc a appris en rejoignant, peu de temps après avoir intégré la Chambre, la SOLEP – Société

Luxembourgeoise de l'Évaluation et de la Prospective. Cette exposition par rapport à la prospective et cette grille de lecture par rapport au développement durable l'intéressent à participer à cette démarche.

Mais les choses ne tournent pas si rond. En

2013, à la suite de nombreuses interviews qualitatives de profils multiples comme des étudiants, des chefs d'entreprise, des fonctionnaires, des créateurs d'entreprises, des personnalités de la société civile, on détecte des fissures dans l'édifice. La Chambre souhaite s'investir sur ces problèmes et identifie un grand vivier de thèmes comme le logement, l'enseignement, l'économie, l'environnement, l'intégration... C'est la naissance d'une véritable ambition pour le futur et d'un débat autour des défis du Luxembourg.



2030.lu, 355 idées pour relever les défis du Luxembourg.

À l'époque, c'est Patrick

Ernzer, le directeur de la communication de la Chambre, qui met en place un véritable cahier des charges pour 2030.lu et c'est aussi lui qui propose au sein de la direction de la Chambre de propulser Marc, fort de son expérience, à la coordination générale de ce challenge.

Ce projet naît d'un grand

débat public au Luxembourg, à la suite de multiples conférences, *workshops*, débats et interviews qualitatifs et d'un grand sondage avec TNS auprès des résidents et frontaliers, ce qui est très novateur, pour établir la matrice des priorités du pays. Sous son impulsion, 2030.lu fournit un cadre dans lequel sont abordés les défis d'avenir

du Luxembourg et propose des pistes de réflexion non censurées, non influencées par la Chambre et compilées dans un grand ouvrage.

Pour Marc, « Force est de

constater que si la Chambre ne s'était pas positionnée par le passé sur les thématiques du développement durable avec cette ouverture sur les sujets sociaux et environnementaux, elle n'aurait pas eu cette légitimité de porter un tel débat public de façon neutre et objective ».

Nous sommes en 2013, c'est

un nouvel élan pour le Luxembourg et cela donne une autre image de la Chambre de Commerce, une autre crédibilité, beaucoup plus riche, beaucoup plus complète

et profonde que le simple dogme de l'indexation des salaires. Et ça marche. Dans ce pays très corporatiste, très consensuel, très feutré parfois, peu habitué aux idées contradictoires, il est maintenant possible de mener un vrai débat d'idées.

Marc se plaît à dire que « Le

Luxembourg est un paradis sur Terre, tout le monde le sait, sauf les Luxembourgeois eux-mêmes ».

L'initiative 2030.lu jette des

ballons d'essai, teste et confronte des idées parfois farfelues, afin d'échanger et d'enrichir la réflexion collective. Cette mouvance est à la base de la création d'IDEA.

Next step... next idea

LE GRAND ENTRETIEN
40



À travers ce vivier de thèmes, ces 355 idées, et après cette belle expérience *2030.lu*, il faut maintenant songer à créer un *think tank*, c'est le *business case* d'IDEA proposé par Marc et Carlo Thelen à Pierre Gramegna : lancer un laboratoire d'idées qui persévère dans la voie du débat.

Marc en est l'entrepreneur, crée les statuts, le *business plan* et se lance. Aujourd'hui, cinq

économistes et sociologues font vivre IDEA au jour le jour avec Muriel Bouchet qui *manage* l'équipe. C'est une très belle aventure. IDEA prend de plus en plus d'autonomie... Recherche et développement, logement, Europe, sécurité sociale, finances publiques, environnement, RSE... autant de sujets traités et développés avec toujours une vraie liberté d'expression. *2030.lu* était le cadre, IDEA va encore plus loin.

SUR
LE
WEB
▼



Aujourd'hui?

Au sein de la Chambre, Marc participe à la notion de

Responsabilité Sociale des Entreprises – RSE. Il l'a accompagnée dans l'obtention du label ESR. Il suit d'ailleurs les groupes de travail, de réflexion et de pilotage de l'INDR – Institut National pour le Développement Durable des Entreprises. Il est représentant de la Chambre dans un certain nombre d'organisations engagées dans l'environnement et l'efficacité des ressources comme la SuperDrecksKëscht ou Valorlux dont il est vice-président. Il y apporte des thématiques et surtout sa conviction profonde. Il a aussi une belle expérience de collaboration avec l'IMS – Inspiring More Sustainability.

En effet, à la demande du ministère de l'Économie, la

Chambre de Commerce participe au processus de mise en œuvre de la stratégie dite « Rifkin » de la Troisième Révolution Industrielle et nomme Marc comme représentant. Aux côtés d'IMS, il collabore notamment avec Tom Eischen et Vanessa Tarantini. Il s'agit de tracer la voie vers un nouveau modèle économique basé sur la mobilité, la communication et le transport qui fusionnent dans un réseau permettant d'assurer la transition écologique et numérique du pays.

En parallèle du processus mené avec les stakeholders

locaux et plus de 300 acteurs du secteur privé, cet enrichissement « *bottom-up* » de terrain et l'expertise de professionnels permettent à ce projet de prendre forme. On parle aujourd'hui de croissance qualitative, de développement durable.

C'est le fruit d'une compréhension de plus en plus large par

les entreprises, le secteur public, la Chambre de Commerce, les corps intermédiaires qu'il n'y a pas « que » l'économie « pur jus » et la compétitivité. Il faut tracer la voie avec les parties prenantes. Le succès économique de demain dépendra de la considération de tous ces paramètres.

C'est une montée en puissance qui a commencé en 2010,

puis par 2030.lu, la création d'IDEA, l'étude Rifkin et qui se poursuit maintenant aussi avec la RSE.



Demain ?

Maintenant que tout est documenté, préparé, structuré, les limites du

modèle actuel sont connues, d'autant plus pour un pays comme le Luxembourg où la croissance est vraiment tributaire de plus de ressources, d'énergies, de matières premières.

Malheureusement, tout reste encore très quantitatif à l'heure actuelle. Ce

n'est pas durable et, un jour, ça va bloquer, comme sur les routes. Tout le monde l'appréhende, il faut développer de nouveaux secteurs économiques et réussir la transition vers un nouveau modèle en faisant suivre les faits aux paroles. C'est l'Alpha et l'Oméga.

SUR
LE
WEB





Il y a un dynamisme des start-up, mais avec une création de richesses peu visible dans les grands agrégats macroéconomiques. La place de l'économie circulaire, du partage, l'efficacité des ressources restent anecdotiques et se mesurent « après la virgule » dans le PIB.

Il faut soutenir le *management of change* par le biais de la digitalisation et former les 35 000 patrons et entreprises à ce sujet. La digitalisation est un des vecteurs pour réaliser des gains de productivité et réduire la consommation de ressources.

L'autre potentialité est l'efficacité énergétique associée à l'économie circulaire. Malgré des pratiques de gestion de déchets considérées parmi les meilleures en Europe grâce à des acteurs de terrain comme Valorlux, la SuperDrecksKëcht ou Clever akafen, le Luxembourg ne maîtrise pas toute la chaîne de valeur, n'arrive pas à réemployer ses déchets et les considérer comme matières secondaires. La boucle de l'économie circulaire n'est pas bouclée. Certaines entreprises comme Peintures Robin ou Tarkett, exemplaires dans cette démarche, doivent être mises en évidence afin que chaque patron de PME se dise qu'il existe des bonnes pratiques qu'il peut aussi mettre en œuvre.

Il faut maintenant renforcer la sensibilisation et aider, guider ces 35 000 patrons, ces 400 000 salariés. Il faut des programmes. Les chambres professionnelles ont leur rôle à jouer pour compléter l'offre en formation de l'Université ou des autres organismes dédiés.

Avec tout cela, on doit pouvoir réussir. « Il n'y a pas de baguette magique qui fera passer d'un modèle linéaire à circulaire ». C'est une transition, elle doit être ambitieuse et réaliste tout en étant accessible, même s'il persiste encore des silos – ministères, associations, chambres – qui compliquent la lisibilité sur le rôle de chacun.

D'ici 2030, le Luxembourg devra fournir énormément d'efforts en matière de digitalisation et d'efficacité énergétique. Et même s'il reste une grande part d'inconnu – on est tributaire de nos voisins et du reste du monde –, ça ne doit en aucun cas être un prétexte à l'inaction et nous empêcher de faire notre part.

UN OUVRAGE

« 1984 » de Georges Orwell, pour son caractère anticipatif incroyable...



DE LA TERRE À L'ASSIETTE

À table !	page.....46
Manger vrai	page.....47
L'économie associative dans le cadre du commerce de produits biologiques	page.....50
Retour aux origines	page.....52
Réfléchir à la globalité de la consommation	page.....54
Pall Center, naturellement différent	page.....58
Une réflexion approfondie sur la vie du produit	page.....60
Le Fairtrade pour une production durable dans les pays du Sud	page.....62
Le créateur	page.....64
Alimentaire : un goût prononcé pour des pratiques responsables	page.....66

NOMBREUX SONT
CEUX QUI AGISSENT
POUR PROPOSER
UNE ALIMENTATION
LOCALE, BIOLOGIQUE,
ÉTHIQUE, SOCIALE, POUR
(RE)DONNER GOÛT AUX
ALIMENTS DE SAISON,
EN RESPECTANT LEURS
PRODUCTEURS ET
L'ENVIRONNEMENT QUI
NOUS ENTOURE. NOUS
EN AVONS RENCONTRÉ
QUELQUES-UNS !

ALLEZ PLUS LOIN !

DÉCOUVREZ LES NEWS QUOTIDIENNES SUR LE WEB

INFOGREEN.LU

A TABLE!

WWW.INFOGREEN.LU

DE LA TERRE À L'ASSIETTE
46



Lorsqu'on parle d'alimentation, chacun y va de son commentaire. Pour les uns, manger est une passion, un processus *slow (food)* qui se vit. Pour d'autres, c'est une source de micronutriments nécessaires à notre organisme ou, a contrario, de résidus chimiques et cancérigènes. Il y a également ceux qui pensent au massacre planétaire d'une surproduction mal répartie qui provoque du gaspillage dans un pays tandis qu'un autre pleure de ne pouvoir nourrir sa patrie. Certains songent plus précisément à l'exploitation animale et à la pollution qu'elle engendre. D'autres encore se battent pour le respect des petits producteurs et agriculteurs et pour le juste prix.

Nous sommes allés à la rencontre de ces personnes pour constituer une partie d'un puzzle très complexe, pour comprendre les avantages et les limites de la production alimentaire, pour nous rendre compte des dégâts de notre mode de consommation actuelle sur l'environnement, mais aussi sur notre santé et celle des générations à venir, pour découvrir et partager des alternatives, des labels ou des circuits qui donnent des certitudes rassurantes sur ce qui est produit, celui qui le produit, et la terre sur laquelle cela grandit.

Pour le Luxembourg, certains chiffres interpellent en termes de production agricole intérieure ou de consommation et gaspillage alimentaires. La nouvelle coalition a intégré certains de ces aspects dans son programme. On peut notamment y lire que « dans le souci d'un accroissement de la compétitivité des produits agricoles luxembourgeois, d'une adaptation aux attentes des consommateurs dans le domaine d'une alimentation saine, équilibrée et durable, il conviendra d'accorder une attention toute particulière à l'innovation et au transfert de connaissances dans le secteur agricole » ainsi que « le contrôle alimentaire doit couvrir l'ensemble des activités faisant partie de la chaîne alimentaire en assurant aux consommateurs un approvisionnement en aliments sains et de qualité, selon le principe «de la fourche à la fourchette». »

Beaucoup n'ont pas attendu de telles décisions gouvernementales et agissent depuis des années pour proposer une alimentation locale, biologique, éthique, sociale, pour redonner goût aux aliments de saison, en respectant leur producteur et l'environnement qui nous entoure.

MARIE-ASTRID HEYDE

SUR
LE
WEB





MANGER

VRAI

Pour bien se nourrir, D^r Nadia Terki ne voit qu'une solution : le retour au vrai.

Les dangers de notre alimentation

« NOUS CONSUMONS ACTUELLEMENT TROP DE CALORIES ET CE SURPLUS EST PRINCIPALEMENT COMPOSÉ DE CALORIES VIDES OU CREUSES : UNE NOURRITURE QUI N'APPORTE PAS DE NUTRIMENTS INDISPENSABLES À NOTRE SANTÉ. GÉNÉRALEMENT, CES ALIMENTS SONT RICHES EN SUCRES RAFFINÉS, EN ACIDES GRAS TRANS, AVEC ABSENCE DE VITAMINES, DE MINÉRAUX, DE FIBRES. LES CONSÉQUENCES, NOUS LES CONNAISSONS TOUS, CE SONT LES MALADIES DITES DE CIVILISATION : SURPOIDS, OBÉSITÉ, DIABÈTE, NASH (STÉATOSE HÉPATIQUE NON ALCOOLIQUE OU MALADIE DU FOIE GRAS HUMAIN), ETC. (...) À CELA S'AJOUTENT LES ADDITIFS - DONT CERTAINS TRÈS DÉCRIÉS PAR LES SCIENTIFIQUES POUR LEUR ASPECT TRÈS NÉFASTE SUR LA SANTÉ - AINSI QUE LES MATÉRIAUX DE CONTACT DES ALIMENTS (LES HUILES MINÉRALES) QUI SONT GÉNOTOXIQUES ET S'ATTAQUENT À L'ADN, À NOTRE PATRIMOINE GÉNÉTIQUE. »

NADIA TERKI, SPÉCIALISTE EN MÉDECINE NUTRITIONNELLE, PRÉVENTIVE ET THÉRAPEUTIQUE

M-4H

L'INTERVIEW COMPLÈTE EST À LIRE SUR INFOGREEN.LU

ITW!

CONCOCTÉE PAR MARIE-ASTRID HEYDE

D^r Nadia Terki s'est spécialisée en immuno-allergologie et en nutrition à l'issue de son cursus de médecine générale. Elle a rapidement développé un intérêt pour les allergies, les intolérances alimentaires et la nutrition et les a étudiées à Genève, Londres, Bruxelles et Paris. Actuellement installée au Gesondheets Zentrum (Zithaklinik), elle est également coauteur de « N'acceptez plus n'importe quoi dans votre assiette », livre nourri de résultats d'études cliniques sérieuses qui donne une foison de conseils pour une alimentation saine et goûteuse.

D^r TERKI, COMMENT FAUT-IL SE COMPORTER FACE À CES INDICATIONS QUI SEMBLERENT BIEN ALARMISTES ? (VOIR ENCADRÉ CI-CONTRE)

Il faut avant tout rester serein. L'important est de prendre conscience, puis d'introduire petit à petit de nouvelles habitudes. Il ne faut jamais tout changer du jour au lendemain.

Le premier changement à adopter, c'est de manger vrai.



Acheter l'aliment tel qu'il est, éviter ce qui est préparé, arriver à s'organiser pour préparer rapidement des plats. Les légumineuses (haricots blancs, lentilles, pois chiches, etc.), qui sont très bonnes pour la santé, sont très lentes à cuire, mais si je pense ce soir à ce que je vais manger demain, cela prend une minute de les faire tremper, et puis je les oublie. Le lendemain matin, je jette l'eau de trempage, je les cuis, c'est prêt pour le soir. C'est la même chose pour les céréales : il faut éviter les riz précuits à cuisson rapide car ils augmentent énormément l'indice glycémique.

EST-CE QUE MANGER BIO EST LA SOLUTION ?

On voit que partout dans le monde, les sols sont en train de s'épuiser. Il y a une érosion des sols liée à la production intensive d'insecticides et pesticides, à l'épandage, au déclin de la biodiversité et à la surproduction. Dans certaines régions du monde, la disparition des terres arables pourrait être irréversible. Il y a une réelle urgence écologique et une nécessité absolue à agir. Tous ensemble, nous devons prendre nos responsabilités par des petits gestes quotidiens, comme le colibri.

Le Pr Charles Sultan
demande l'interdiction pure
et simple des insecticides et
pesticides qui contaminent
l'homme à travers l'eau,
l'air et les animaux.

Alors oui, c'est important de manger bio. Une pomme conventionnelle reçoit de 35 à 43 traitements par année : fongicide, insecticide, herbicide, régulateur de croissance. Alors imaginez sur l'ensemble des aliments que vous mangez chaque jour... Les études démontrent que les résidus des pesticides sont susceptibles d'être cancérogènes.

Ce sont en plus des perturbateurs endocriniens : on a remarqué une baisse de la fertilité chez les hommes, et l'urgence est du côté des enfants. Leur développement peut être perturbé par ces résidus, dès le fœtus.

Le Pr Charles Sultan est à la fois pédiatre et endocrinologue – il a reçu un prix mondial dans son domaine –, il demande l'interdiction pure et simple des insecticides et pesticides qui contaminent l'homme à travers l'eau, l'air et les animaux. Il tire la sonnette d'alarme au nom de la survie de l'espèce. Il a constaté, notamment, des malformations génitales chez les garçons et une puberté précoce chez les filles (7-8 ans) avec toutes les conséquences psychologiques que cela implique également. Il pense qu'il y a une possible transmission transgénérationnelle : l'impact va donc s'observer sur plusieurs générations. En Europe, on remarque que certains pays autorisent des insecticides ou pesticides qui sont interdits dans d'autres pays. Mais le libre-échange à travers l'Europe rend inévitable la présence de ces produits néfastes dans tous les pays concernés.

Ensuite, pour le bio aussi, il faut éviter les emballages. Les plastiques sont des contaminants. Il y a également de plus en plus d'aliments préparés avec des conservateurs autorisés tels que des nitrites, des épaississants, des liants, néfastes pour notre santé. Il faut prendre l'aliment vrai, et l'acheter en vrac plutôt qu'emballé.

Choisissez aussi plutôt les aliments de saison, cueillis à maturité. Nous ne connaissons pas la date de cueillette d'une pomme, même bio, qui vient de l'autre bout de la planète, ni son empreinte carbone. À son arrivée, que reste-t-il comme vitamines et minéraux ? Sans doute pas grand-chose. D'autant plus que les sols se sont appauvris et que les exigences de haut rendement réduisent les nutriments au mètre carré.





Recycling together
for a better tomorrow...



Z.I. Gadderscheier L-4984 Sanem - Tel : 592399 - Fax : 592436
Email : ecotec@ecotec.lu - Web : www.ecotec.lu

L'ÉCONOMIE ASSOCIATIVE DANS LE CADRE DU COMMERCE DE PRODUITS BIOLOGIQUES

OIKOPOLIS, à travers son label *fair&associative*, promeut le bio dans un contexte économique durable en accord avec l'homme, les animaux et la nature.



Le bio a le vent en poupe, et de nombreux acteurs du domaine conventionnel produisent déjà du bio à l'échelle industrielle. Prenons l'exemple d'Aldi : Depuis début 2018, le magasin *discount* se présente comme le « premier distributeur bio en Allemagne ». Il répond aux exigences minimales de l'Union européenne quant à la culture et la transformation, et il offre des produits bio au moindre coût possible grâce à la rationalisation, à la concurrence compétitive et à la gestion de grands espaces. Malgré tout, il est tout à fait impossible d'enfermer l'agriculture biologique dans un cadre de production de masse axé sur le profit. Ceci éviterait les vraies questions urgentes : Comment voulons-nous vivre, grandir et comment voyons-nous une économie commune ? Nous sommes à la recherche de formes d'économie qui offriraient à tous les acteurs de la chaîne de valeur ajoutée des possibilités de contribution active et de développer des relations économiques durables en accord avec l'homme, les animaux et la nature.

biologiques ou biodynamiques de qualité supérieure ; les aliments marqués ainsi sont le résultat d'un large processus de consultation. Une association est due au fait qu'un seul partenaire, sans s'associer avec d'autres acteurs, est incapable de juger la situation économique divisée par une répartition moderne du travail. Au sein du groupe OIKOPOLIS, *associative* veut dire plus précisément que tous les acteurs de la chaîne de valeur ajoutée – fermiers, transformateurs, grossistes et détaillants, ainsi que, idéalement, les consommateurs – se rencontrent lors de discussions en table ronde sur la situation du marché. Ici, ils divulguent l'origine, les quantités et les coûts de leur production, et peuvent ainsi, par le biais des besoins de leurs partenaires commerciaux, se faire une idée du processus économique global. Un tel processus est *fair* (équitable) puisqu'il mène, par expérience, à dépasser les intérêts particuliers et à répartir la distribution des bénéfices et des risques de manière plus juste, tout au long de la chaîne de valeur ajoutée.

Le label *fair&associative* du groupe OIKOPOLIS autour de BIOG, NATURATA & Co, situé à Munsbach, confirme l'utilisation de produits

La participation aux discussions sur l'actualité du marché est, selon la sous-jacente « Charte pour une économie associative » le prérequis central pour



l'admission à la *fair&associative community*. En même temps, les participants souhaitant utiliser le label sur les étiquettes de leurs produits s'engagent à se faire évaluer périodiquement quant à leur orientation vers une économie du bien commun. La charte a été signée en 2017 par toutes les entreprises du groupe OIKOPOLIS, dont 10 magasins spécialisés dans la vente de produits biologiques, la coopérative BIOG et le grossiste pour produits biologiques, BIOGROS.

De fait, l'économie associative est déjà un modèle vivant depuis les débuts des activités entrepreneuriales des initiatives de commercialisation autour de la BIOG, et elle est favorisée par une structure d'entreprise intégrée verticalement. La première discussion sur l'actualité du marché a eu lieu en 1994 en association avec une chaîne de magasins conventionnelle (le groupe Cactus), avec laquelle un contrat basé sur des éléments

associatifs existe toujours à ce jour. Le label *fair&associative* est enregistré depuis l'été 2017, et se trouve entre-temps sur une trentaine de produits. À l'avenir, de plus en plus de produits du Luxembourg et de l'étranger devront parcourir le processus exigeant de la charte.

Par principe, la communauté *fair&associative* est ouverte à tout partenaire commercial, sous condition qu'il défende ses valeurs sans pour autant les instrumentaliser à des fins publicitaires. Un défi permanent sera de refléter la chaîne de valeur ajoutée dans sa totalité lors des discussions sur l'actualité du marché, du cultivateur de semences non hybrides et sans recours au génie génétique, qui contribue de façon importante à une agriculture résiliente et autonome, jusqu'au consommateur, dont les habitudes d'achat ont une influence directe sur la chaîne de valeur ajoutée.



La santé, sans sacrifier le plaisir

JULIE JAGER A À CŒUR DE PROPOSER DES PRODUITS FAITS MAISON, QUI SONT À LA FOIS BONS ET SAINS: VEGGIE BURGER AUX BUNS FAÇONNÉS À LA MAIN ET PRÉPARÉS À BASE DE FARINE, ŒUFS ET LAIT BIOLOGIQUES ET LOCAUX. GÂTEAU AUX NOIX DU VERGER, FONDANT AU CHOCOLAT OU ENCORE PAIN D'ÉPICES FABRIQUÉ AVEC LE MIEL ISSU DES RUCHES DE HUNNEG KËSCHT. IL S'AGIT DE (SE) FAIRE PLAISIR SANS CÉDER À LA FACILITÉ ET, À L'INVERSE, DE NE PAS SACRIFIER LE GOÛT SUR L'AUTEL DE LA SANTÉ. UNE HISTOIRE DE COMPROMIS ET DE CRÉATIVITÉ. «PAR CONVICTION, LES MATIÈRES PREMIÈRES QUE J'UTILISE SONT ESTAMPILLÉES BIO, L'IDÉE ÉTANT DE SE FAIRE PLAISIR EN PRÉSERVANT SA SANTÉ, MAIS AUSSI L'ENVIRONNEMENT, CE QUI VA DE PAIR», INDIQUE-T-ELLE. ELLE DÉVELOPPE AUSSI UNE GAMME DE GÂTEAUX VÉGANES AVEC OIKO-BAKHAUS QUE L'ON RETROUVE DANS LES MAGASINS NATURATA. UN VÉRITABLE DÉFI QUAND ON SAIT QUE CE TYPE DE PÂTISSERIE N'INCLUT PAS D'ŒUFS, BEURRE, CRÈME, LAIT, MIEL OU GÉLATINE, BREF AUCUN PRODUIT TIRÉ DE L'EXPLOITATION ANIMALE!

DÉCOUVREZ L'ARTICLE COMPLET SUR INFOGREEN.LU

RETOUR AUX ORIGINES

1 100 produits et services ont été certifiés Made in Luxembourg depuis la création du label par le ministère de l'Économie, la Chambre des Métiers et la Chambre de Commerce en 1984. Il y a quelques années, la marque a été dépoussiérée et les critères de sélection revus. Une deuxième mise à jour devrait entrer en vigueur au printemps.

ARTICLE LOCALISÉ PAR MÉLANIE TRÉLAT, PHOTO DE LOREANNISÉE PAR FANNY KRACKENBERGER



▲ Tom Wirion

L'idée de départ de ce label était de promouvoir les produits et services luxembourgeois à l'étranger mais, au fil des décennies, il est de plus en plus sollicité par les entreprises pour se démarquer par rapport à la concurrence étrangère au Luxembourg. Pour le consommateur, il est un repère qui lui permet d'avoir l'assurance qu'il achète un produit local. « Le label est un argument qui rassure le consommateur. Cela vaut pour tous les secteurs, mais plus particulièrement pour l'alimentation où il y a un retour aux sources, une volonté croissante de savoir d'où vient ce qu'on achète et qui le produit », indique Tom Wirion, directeur général de la Chambre des Métiers.

Le label est accordé en fonction des éléments fournis

par le demandeur, des analyses réalisées sur le terrain et en application du règlement. Il est décerné pour une durée de 5 ans renouvelable. Il est lié à un service ou un produit, et non à l'entreprise. Un boulanger peut en être titulaire pour un de ses pains sans que le reste de sa gamme soit concerné. Il « perd » donc le label dès lors qu'il arrête de fabriquer le pain en question.

« Made in Luxembourg est une marque et, en tant que telle, elle est précieuse. Pour qu'elle le reste, il faut veiller à ce que toute demande n'ait pas forcément une suite positive, à ce que les critères soient exigeants et qu'ils soient appliqués de la même manière par les deux chambres », souligne Tom Wirion. Selon le règlement, sont éligibles au label « les marchandises obtenues au Luxembourg ou

celles dont la transformation ou ouvraison substantielle, économiquement justifiée, effectuée par un prestataire luxembourgeois est à cet effet et ayant abouti à la production d'un produit nouveau ou représentant un stade de fabrication important ayant eu lieu au Luxembourg ».

Pour mesurer la portée du label, la Chambre des Métiers a commandité une étude à une classe de BTS gestionnaire en commerce et marketing de l'école de commerce et de gestion (ECG) en 2015. Il s'avère que 54,8 % des 834 personnes interrogées connaissent le label. Parmi elles, 73,3 % peuvent citer des entreprises dont les produits ou services sont certifiés. Celles-ci sont pour la plupart actives dans le secteur de

▶▶▶▶ TOURNE LA PAGE, LIS LA SUITE !



IMPRIMERIE / CENTRALE

Pour réaliser vos projets
dans le respect de notre
environnement

environnement.ic.lu



l'alimentation. En tête de liste : Luxlait, Boffending, Diekirch, Namur et Oberweis. Il en va de même pour les produits : les répondants ont cité en premier lieu la moutarde, la viande, le vin, le lait et le fromage. De même, pour 76,81 % des personnes interrogées, l'origine des produits est importante, notamment lorsqu'il s'agit de produits comestibles (355 réponses sur 625). L'étude a aussi révélé que la marque est certes perçue comme une garantie de l'origine des produits, mais aussi comme un gage de qualité, pour lequel 54,7 % seraient prêts à payer plus cher.

« Nous avons pu tirer certains enseignements de cette étude, qui nous motive notamment à renforcer la visibilité du label. Nous organisons par exemple deux cérémonies annuelles de remise officielle, à Luxexpo lors du Spring Break et à la Chambre des Métiers en automne, sur des thématiques qui tournent autour du



Activer les ressources locales

VOICI UNE DIZAINE D'ANNÉES. STÉPHANE MOSSAY, RESPONSABLE-GÉRANT DE L'AUBERGE DE JEUNESSE HOLLENFELS DEPUIS 18 ANS ET CUISINIER DE MÉTIER, LANCE

UNE INITIATIVE QUI VA PROGRESSIVEMENT GAGNER TOUTES LES AUBERGES DE JEUNESSE DU PAYS : CONCOCTER SES PLATS AVEC DES INGRÉDIENTS DU CRU, DE SAISON, BIO ET ÉQUITABLES. AUJOURD'HUI, LES TROIS-QUARTS DES 300 REPAS QU'IL SERT QUOTIDIENNEMENT RESPECTENT CES PRINCIPES. CE CHOIX A ÉTÉ MOTIVÉ AVANT TOUT PAR DES MOTIFS ÉCONOMIQUES ET SOCIAUX : « J'ESTIME QU'IL FAUT FAIRE TRAVAILLER LES GENS D'ICI. NOUS AVONS COMMENCÉ À COLLABORER IL Y A 15 ANS AVEC MONSIEUR ERPELDING, PRODUCTEUR ET À L'ÉPOQUE BOURGEMESTRE DE LA COMMUNE DE TUNTANGE. IL A DÉVELOPPÉ POUR NOUS TOUTE UNE GAMME DE LÉGUMES DE SAISON QUI S'EST ÉLARGIE AU FIL DES ANNÉES. NOUS PRENONS AUJOURD'HUI ENCORE TOUS NOS LÉGUMES CHEZ LUI. ET, POUR LA VIANDE, NOUS FOURNISSONS AUPRÈS DE LA BOUCHERIE KIRSCH QUI GARANTIT L'ORIGINE LOCALE DES PRODUITS », RACONTE-T-IL.

POUR EN SAVOIR PLUS, C'EST SUR INFOGREEN.LU

made in et du *nation branding*», précise-t-il. « Nous avons aussi créé un site web dédié où les consommateurs peuvent retrouver les produits et services labellisés par secteur d'activité et par zone géographique, mais je

pense que ce qui compte le plus c'est le logo affiché dans les boutiques ».

RÉFLÉCHIR À LA GLOBALITÉ DE LA CONSOMMATION

Le réseau de la Transition et le CELL (Centre for Ecological Learning Luxembourg) proposent d'aller au-delà d'une consommation bio et équitable en devenant de réels consomm'acteurs.

ARTICLE SALÉ PAR MARIE-ASTRID HEYDE, PHOTO POIVRÉE PAR FANNY KRACKENBERGER

Sur la consommation totale de fruits et légumes au Luxembourg, seulement 3 % sont produits sur le territoire du pays. « C'est dramatique, ça rend le pays très vulnérable et complètement dépendant des pays exportateurs et des énergies fossiles nécessaires au transport », explique Delphine Dethier, coordinatrice du réseau Transition Luxembourg. Chaque résident luxembourgeois gaspille par ailleurs 193 kg de produits alimentaires par an, et, si l'humanité vivait comme les Luxembourgeois, 7 planètes seraient nécessaires pour subvenir à ses besoins (contre 4 pour un Français et 0,6 pour un Indien).

SUR
LE
WEB





▲ **Éric Lavillunière, Delphine Dethier et Karine Paris**

Face à ces chiffres, le CELL et le mouvement de la Transition se mobilisent pour faire revivre le modèle coopératif qui valorise le travail de la terre et le statut du producteur. À travers les coopératives, les consommateurs deviennent consomm'acteurs : ils s'engagent avec les producteurs locaux, partagent les risques de la production, ont leur propre rôle à jouer. « Il faut à tout prix sortir de la vision court-termiste et réfléchir aux conséquences de nos actions à long terme », ajoute Delphine Dethier. « C'est un investissement dans nos sols, qui doivent redevenir vivants, un investissement pour les prochaines générations ».

Parmi les alternatives, la coopérative de production Terra a été la première à voir le jour au Luxembourg. Aujourd'hui, il en existe plusieurs sur le territoire grand-ducal. Les coopérateurs prennent des parts en début de saison (les inscriptions sont ouvertes !), qui permettent à la coopérative de se développer indépendamment du système bancaire, et ainsi éviter d'avoir à payer des intérêts. Le coopérateur peut également être membre, c'est-à-dire recevoir des colis de fruits et légumes au fil des récoltes. Terra compte trois agriculteurs rémunérés et une équipe de bénévoles et apprentis qui les soutient. Chaque dernier dimanche du mois, le grand public peut se rendre sur place pour observer, apprendre et donner un coup de main.

VERS UN NOUVEAU MAGASIN POUR LA CAPITALE

La Mesa (Maison de la Transition) à Esch propose également une alternative aux supermarchés traditionnels sans prétendre disposer de tous les aliments nécessaires à la préparation d'un bon repas. « Manger est un acte politique et on a un réel impact en tant que citoyen », explique Delphine Dethier. Or il y a très peu de sensibilisation sur la provenance des produits qu'on achète en supermarché et les gens ne savent pas ce qu'ils consomment. La Mesa, qui fonctionne à travers une coopérative, a pris la décision de proposer des aliments très locaux issus de l'agriculture biologique (même s'ils ne sont pas tous certifiés « bio » !), à commencer par le Gemeiseguart d'Esch-sur-Alzette, tout proche.

Lorsque les stocks ne sont pas suffisants ou pour les aliments qui n'y sont pas cultivés, le Mesa s'approvisionne dans un rayon de 60 km (*via* Terra,

Forum pour l'Emploi et autres maraîchers locaux et bio). « Il y a toutefois trois exceptions », explique Éric Lavillunière, coordinateur REconomie : « L'huile d'olive vient d'une coopérative grecque, avec qui nous travaillons sans intermédiaire et dont les bénéfices sont, en partie, reversés au réseau d'économie solidaire grec. Pour le café et le chocolat, s'ils sont transformés de manière locale, les matières premières viennent des pays du Sud mais sont sélectionnés pour leur approche éthique et biologique ». Du lundi au samedi sur le temps de midi, la Mesa propose également un menu 100 % végétarien et bio. La Mesa n'est bien sûr pas la seule initiative du genre dans le pays, et ses coordinateurs se réjouissent de voir naître des projets similaires.

L'équipe a pour projet d'ouvrir un supermarché coopératif participatif, AlterCoop, impliquant les membres à travers du bénévolat. Leur volonté est de l'installer à Luxembourg-ville, et elle est donc actuellement à la recherche d'un local où l'installer. Les initiatives citoyennes prennent un peu de temps à se mettre en place car elles rencontrent de nombreux freins, principalement financiers. « Malheureusement, les coûts locatifs rendent très difficiles la mise en place de ces projets citoyens », confirme Éric Lavillunière.

CONSOMMER AUTREMENT

Ce que la Mesa et le CELL visent, ce n'est pas une écologie punitive ou un retour en arrière. « Il est possible de consommer autrement, et mieux, sans perdre en confort », positive Éric Lavillunière. Si manger local implique de se priver de certains aliments quand ils ne sont pas de saison, beaucoup peuvent toutefois être conservés. « Nous aimerions voir arriver des conserveries locales où nous pourrions directement envoyer les aliments pour conserver des tomates et autres indispensables en cuisine », note Karine Paris, coordinatrice *urban gardening*.

Toutes ces initiatives sont seulement quelques pièces d'un puzzle au sein duquel chacun doit trouver ce qui lui convient. L'aspect convivial est un autre élément à faire renaître dans ces démarches, comme cela peut être le cas à travers les jardins communautaires.



Une plateforme pour une agriculture durable

« L'AGRICULTURE EST UN SUJET COMPLEXE, ET NI LES PRODUCTEURS NI LES CONSOMMATEURS NE SEMBLENT ÊTRE COMPLÈTEMENT SATISFAITS DU SYSTÈME EN PLACE ACTUELLEMENT », CONSTATE LAURE GALES, CHARGÉE DE PROJETS ET CAMPAGNES POLITIQUES CHEZ NATUR&MWELT. C'EST POURQUOI L'ASSOCIATION A LANCÉ LA PLATEFORME MENG LANDWIRTSCHAFT AVEC UNE VINGTAINE D'AUTRES ORGANISATIONS EN 2010. SA VOCATION : FAIRE DU LOBBYING AUPRÈS DES ACTEURS

POLITIQUE POUR ALLER DANS UNE NOUVELLE DIRECTION, PLUS DURABLE, QUI PRENNE EN COMPTE LES DÉSIRES ET BESOINS DE LA SOCIÉTÉ. « NOUS N'AVONS PAS CONNU DE GRANDES ÉVOLUTIONS PENDANT LA DERNIÈRE PÉRIODE LÉGISLATIVE DANS CE DOMAINE. LE LUXEMBOURG STAGNE À 4,1% DE PRODUCTION BIOLOGIQUE, CE QUI EST VRAIMENT TRÈS MAUVAIS PAR RAPPORT AUX MOYENNES DES AUTRES PAYS EUROPÉENS. NOUS VOUDRIONS QU'ELLE REPRÉSENTE AU MOINS 20% DE LA SURFACE AGRICOLE D'ICI 2025 ».

MT

PLUS D'INFOS SUR INFOGREEN.LU

SUR
LE
WEB



FLÉCKEN A LÉINEN

www.flecken-a-leinen.lu

D'Online-Plattform fir Reparatur- a Léin- Servicer
zu Lëtzebuerg

Plateforme en ligne pour des services
de réparation et d'emprunt au Luxembourg



Mat der Ënnerstëtzung vun:



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Environnement, du Climat
et du Développement durable

Administration de l'environnement



CHAMBRE
DES METIERS
Luxembourg



SDK RESSOURCEN
INNOVATION
NOHALTEGKEET
CIRCULAR ECONOMY
SuperDrecksKëscht®



oekozenner
pafendall

ecotrel
association sans but lucratif

iNDR
INSTITUT NATIONAL POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE
ET LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES



Des outils pour réduire son empreinte alimentaire

«L'EMPREINTE ALIMENTAIRE, C'EST L'IMPACT DE NOTRE ALIMENTATION SUR LA TERRE», EXPLIQUE LAURENCE THILL, RESPONSABLE DE LA CAMPAGNE CHANGEONS DE MENU. «L'EMPREINTE IDÉALE POUR QUE LES RESSOURCES PUISSENT SE RÉGÉNÉRER EST DE 0.9 HA PAR PERSONNE, TANDIS QU'AU LUXEMBOURG, NOUS AVONS UNE MOYENNE DE 2.58 HA, SOIT PRATIQUEMENT LE TRIPLE». POUR PERMETTRE À CHACUN DE MESURER ET DE RÉDUIRE SON EMPREINTE ALIMENTAIRE, D'ÊTRE ACTEUR DU CHANGEMENT À SON ÉCHELLE, SOS FAIM A DÉVELOPPÉ UN CALCULATEUR ET UNE CARTE INTERACTIVE QUI RECENSE UNE SOIXANTAINE DE POINTS DE VENTE, DE RESTAURATION ET DE PRODUCTION D'ALIMENTS RESPONSABLES.

POUR EN SAVOIR PLUS, RENDEZ-VOUS SUR INFOGREEN.LU



Moins gaspiller et moins dépenser avec Food4All

F4A, C'EST QUOI? C'EST UNE SOLUTION À DEUX NIVEAUX, PERMETTANT D'UNE PART À TOUT CONSOMMATEUR D'AVOIR UNE CONSOMMATION ÉCORESPONSABLE À TRAVERS UNE APPLICATION ET D'AUTRE PART À LA GRANDE DISTRIBUTION D'OFFRIR UNE VISIBILITÉ DÉMARQUÉE *IN SHOP*. LES PRODUITS DONT LA DATE DE PÉREMPTION EST PROCHE SONT AINSI VENDUS À PRIX RÉDUIT. L'APPLICATION F4A PERMET NON SEULEMENT À L'ACHETEUR DE VOIR COMBIEN IL A ÉPARGNÉ ET SON IMPACT POSITIF QUANT À LA RÉDUCTION DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE AU SEIN DU SUPERMARCHÉ, MAIS AUSSI DE CUISINER DES RECETTES RÉALISÉES À PARTIR DES PRODUITS PROPOSÉS ET D'AMÉLIORER AINSI SES TALENTS CULINAIRES!

LISEZ LA SUITE DE L'ARTICLE SUR INFOGREEN.LU

PALL CENTER, NATURELLEMENT DIFFÉRENT

Les épiceries Pall Center ont une approche réfléchie de la sélection de leurs produits. Le Fairtrade, le local et le bio remplissent leurs rayons depuis de nombreuses années, et le groupe investit dans de nombreux projets respectueux de l'environnement et de l'homme. Jean Bettingen, responsable communication, explique la démarche du groupe.

EN QUOI LES ÉPICERIES PALL CENTER SONT-ELLES « NATURELLEMENT DIFFÉRENTES » ?

Si les épiceries Pall Center sont « naturellement différentes », c'est avant tout parce qu'elles proposent des produits aussi beaux que bons. En donnant la priorité aux fournisseurs luxembourgeois et à leurs voisins, Pall Center agit pour un commerce équitable et contribue à la réduction de l'empreinte carbone. Une enseigne qui respecte le client, le fournisseur et l'environnement.

Comme nous sommes un groupe indépendant, la connaissance et la relation directe avec les ressources du territoire sont valorisées à travers un commerce alternatif. C'est pourquoi vous retrouverez, à côté des produits du quotidien, une belle sélection de produits bio, locaux, *lifestyle*, végétariens, sans gluten, sans lactose. Ce n'est donc pas un hasard si 15 % de l'assortiment total est certifié bio. Saviez-vous par ailleurs que Pall Center a été le premier magasin au Luxembourg à participer au programme ONLY de Fairtrade Lëtzebuerg



en offrant exclusivement des bananes bio 100 % Fairtrade et que vous trouvez plus de 380 références Fairtrade dans nos épiceries ? Ou que Pall Center était une des premières enseignes au Luxembourg à introduire les produits D'fair Mëllech en 2011 ? Pall Center est également une des deux premières enseignes à avoir signé un partenariat avec Food4All, la start-up qui lutte contre le gaspillage alimentaire (voir page de gauche). Ces actions dans les rayons des épiceries Pall Center font partie de l'effort continu de l'entreprise pour un développement durable et équitable, à quoi s'ajoutent encore l'installation de 2 500 m² de panneaux photovoltaïques et le développement d'un système de bio-climatisation sur le site d'Oberpallen.



▲ Christianne Wickler,
administratrice déléguée du Pall Center

AU-DELÀ DES RAYONS, PALL CENTER FAVORISE-T-IL LA PRODUCTION LOCALE ?

Oui, la promotion du *locavorism*, la consommation de produits locaux, est soutenue par d'autres projets non commerciaux. En effet, depuis novembre 2016, Pall Center accueille la première serre connectée MY Food. Ce système d'aquaponie exploite la symbiose naturelle entre les végétaux et les poissons en boucle fermée afin de cultiver des fruits et légumes cuisinés au restaurant l'Orangerie chez Pall Center Oberpallen. De plus, en 2017, Pall Center a racheté 70 ares de terrain à Oberpallen afin de créer le projet innovant nommé « Aux Jardins de Pall et Peilz » et qui consiste non seulement en la re-naturalisation de deux ruisseaux mais également en la transformation du terrain en un véritable site de production alimentaire saine

et biologique avec potager et forêt nourricière, ainsi qu'en espace de détente pour tous. Bien que ses projets soient motivés par conviction, on ne peut que se réjouir de voir nos efforts reconnus au niveau national et international. Pall Center a entre autres reçu le Luxembourg Green Award trois années consécutives, l'Award Actions Positives 2016 et le Luxembourg Food Award 2017. En 2016, Pall Center a été nommé « Retailer de l'année » par Gondola, un titre attribué pour la première fois à un commerçant indépendant.



DE JEAN BETTINGEN, RESPONSABLE COMMUNICATION
PHOTO APPROVISIONNÉE PAR FANNY KRACKENBERGER

UNE RÉFLEXION APPROFONDIE SUR LA VIE DU PRODUIT

Le Tricentenaire, à travers ses différents services, propose des produits bio, locaux ou issus du commerce équitable. Explications avec Christophe Lesuisse, directeur général.



BRASSÉE PAR MARIE-ASTRID HEYDE

M. LESUISSE, LE TRICENTENAIRE VIENT DE SORTIR UNE GAMME DE THÉS BIO. POURQUOI CETTE DÉCISION DE PROPOSER DU BIO ?

Nous faisons le choix du bio, et même du local lorsque c'est possible, parce que nous ne voulons pas nous contenter de procurer du travail à des personnes en situation de handicap, mais aller plus loin dans notre démarche socio-responsable, voire circulaire. Par ailleurs, la grande distribution est demandeuse de produits bio et *made in Luxembourg*.

Le choix du bio concerne d'ailleurs pratiquement tous nos produits, qu'il s'agisse du thé qui vient en effet d'être mis en vente, ou des produits chocolatés qui – s'ils ont essentiellement le label Fairtrade – entrent également dans les normes biologiques. Il faut parfois faire des choix sur les labels en raison de possibles contradictions (par ex. local / fairtrade) et, il faut bien le reconnaître, en raison de leurs coûts élevés. Pour les ganaches au miel par exemple, nous travaillons avec Hunneg Këscht, qui va installer trois ruches bio sur notre site à Bissen au printemps.

Notre chocolat est apprécié et cela s'est confirmé avec l'entrée des Chocolats du Coeur dans le top 70 du Gault & Millau « Finest Chocolatiers in Belgium and Luxembourg », auprès de cinq autres chocolatiers luxembourgeois. Nos produits sont sans colorant ou additif, et cette exigence de qualité explique leur succès. Je n'ai aucun doute que la gamme de thés sera aussi très bien accueillie.

VOUS MENTIONNEZ L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE, C'EST UN CONCEPT QU'INCARNE LA BIÈRE LA CIRCULAIRE ?

Nous avons lancé La Circulaire en février 2018 à l'occasion de nos 40 ans. Elle est actuellement produite localement par la brasserie Simon et elle annonce notre projet de microbrasserie qui devrait ouvrir d'ici 2 ans à Prettingen, où nous produirons la bière en économie circulaire. Nous emploierons du pain recyclé qui sera séché par four solaire et ensuite broyé pour fournir 30 % des matières premières. Le résidu des cuves, le brai,



NATURATA

Nohalteg ënnerwee

NATURATA verwendet innovative Thermo-Kassenrollen die frei von chemischen Farbentwicklern wie Phenolen und somit auch für den direkten Kontakt mit Lebensmitteln unbedenklich sind.

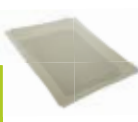
Alle Vorteile auf einen Blick:

- ✓ 100% frei von chemischen Farbentwicklern
- ✓ FSC-Papier aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft
- ✓ Öl- und wasserresistent

ÖKO-Kassenbon



www.naturata.lu



oiko.lu

Fair a kooperativ mat de Bio-Bauern

NATURATA

Bio Marché



- 1 Rollingergrund
- 2 Merl
- 3 Munsbach
- 4 Erpeldange
- 5 Marnach
- 6 Dudelange
- 7 Esch-Belval
- 8 Rollingen (Mersch)
- 9 Windhof
- 10 Howald



www.naturata.lu



fair & associative: kooperativ produziert, verarbeitet & gehandelt

sera transformé soit en compost afin de faire pousser des champignons qui seront servis sur toast dans la brasserie, soit en biscuit apéritif selon un processus que nous venons de découvrir en France, soit encore pour nourrir du bétail dans les prés voisins. Les bouteilles actuelles sont en verre recyclable, comme c'est le cas pour les autres bières de la brasserie Simon. Lorsque nous la produirons nous-mêmes, nous opterons certainement pour des bouteilles lavables, afin de donner du travail manuel à nos salariés en situation de handicap. Elles

seront conditionnées dans des cageots en bois cautionnés, qui seront fabriqués dans un autre atelier luxembourgeois d'inclusion pour salariés en situation de handicap. Nous avons une réelle réflexion approfondie sur toute la vie du produit dès son utilisation.

LE SERVICE TRAITEUR TRIDOC TRAVAILLE ÉGALEMENT AVEC DES ALIMENTS BIO ET LOCAUX...

Oui, depuis plusieurs années, nous travaillons aussi avec du local et du bio. Cela vaut

pour tous types d'aliments, y compris la viande. Par exemple, la viande de veau provient d'éleveurs luxembourgeois sous le label « Junior Beef », car nous savons que les veaux y sont élevés 10 mois sous leurs mères, dans la région. Nous avons également toute une gamme de *dips* bio et locaux pour apéritif. Bien sûr, pour d'autres aliments comme la banane ou le chocolat, qui ne sont pas disponibles localement, nous optons alors pour des produits issus du commerce équitable (*Fairtrade*).

LE FAIRTRADE POUR UNE PRODUCTION DURABLE DANS LES PAYS DU SUD

Pour nos cafés, cacao, riz et autres délices du Sud, mieux vaut s'assurer qu'ils sont issus du commerce équitable. Explications avec Geneviève Krol, directrice de l'ONG Fairtrade Lëtzebuerg.



CHOCOLATÉE PAR MARIE-ASTRID HEYDE

SANS ÊTRE ÉQUIVALENT AU LABEL BIO, LE LABEL FAIRTRADE COMPREND-IL UNE APPROCHE RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA PERSONNE ?

Oui, bien sûr. Le label Fairtrade répond aux trois piliers du développement durable. Pour le premier, l'économie, nous avons des standards définis afin que les producteurs reçoivent un prix qui couvre les coûts d'une production durable. Les producteurs regroupés en coopérative ont par ailleurs droit à une prime de développement pour investir dans

des projets sociaux ou écologiques. Ils ont aussi la possibilité d'avoir un préfinancement à hauteur de 60 % de la part de leur importateur. Au niveau social, on porte une attention particulière aux conditions de travail, à la liberté syndicale, au droit de réunion, à l'interdiction de toute forme de discrimination, du travail illégal et de l'exploitation des enfants, etc. Pour le troisième pilier, qui est le pilier écologique, le label Fairtrade n'est en effet pas équivalent au label de l'agriculture biologique. Toutefois, les producteurs et les coopératives s'engagent à avoir une culture respectueuse de





l'environnement. Il y a une liste de substances chimiques qui sont interdites, et qui est de plus en plus large. Toutes les coopératives doivent aussi avoir un système de gestion de l'eau et des déchets et ont l'interdiction d'utiliser toute forme d'organisme génétiquement modifié. Nous souhaitons bien sûr aller plus loin et encourageons dans ce sens les coopératives à produire de manière biologique en les accompagnant dans cette transition et en leur accordant une prime s'ils se font certifier bio. L'aspect négatif de toutes ces certifications est certainement leur coût, pas toujours facile à assumer pour les petites coopératives, d'autant plus qu'il y a différentes certifications. Certaines coopératives vont quant à elle très loin dans leur approche environnementale. Par exemple, COMSA, qui produit du café au Honduras, a une démarche formidable. Ils ont créé des écoles et enseignent une éducation saine à la bonne nourriture, en mettant des jardins à côté de l'école où les élèves cultivent eux-mêmes et cuisinent avec ces aliments. Ils considèrent qu'en ayant une bonne hygiène de vie et une alimentation saine, on est moins malades, ce qui engendrera moins de dépenses médicales pour les familles. Le Honduras est un des pays qui souffrent le plus de malnutrition et il est donc primordial de voir ce genre d'initiatives grandir. La ville de Schiffange et la ville de Marcala (Honduras) sont devenues partenaires, ce qui a permis à des représentants de COMSA de se rendre au Luxembourg pour un échange de bonnes pratiques. La Ville de Schiffange commercialise leur café et souhaite le promouvoir dans tous les secteurs de la commune.

TROUVE-T-ON UN ÉQUIVALENT FAIRTRADE POUR CHAQUE ALIMENT VENDU DANS LES SUPERMARCHÉS LUXEMBOURGEOIS ?

Non, tous les aliments disponibles en supermarché ne le sont pas forcément aussi en Fairtrade. Le commerce équitable se concentre principalement sur les matières premières venant du Sud : café, cacao, bananes, riz, sucre, coton, épices, oranges, thé, etc. À partir de ces matières premières, des produits vont être dérivés : glaces, confitures, confiseries, produits chocolatés, yaourts, etc. Le label Fairtrade existe pour les produits issus d'Amérique latine, d'Afrique et d'Asie. Il n'existe par exemple pas de poulets ou de pommes équitables, car ces produits sont disponibles dans le Nord et nous nous concentrons sur le Sud. Il est difficile de comparer la situation des producteurs du Sud avec notre système ici en Europe où des réglementations existent déjà et où des aides étatiques sont allouées. Néanmoins, au niveau international, nous étudions actuellement l'application du modèle du commerce équitable pour les producteurs du Nord car il nous semble important que chaque producteur, qu'il se trouve au Sud ou au Nord, soit rémunéré correctement pour son travail et puisse couvrir ses coûts de production.



Des bananes qui font la différence !

EN SEPTEMBRE 2018, L'ÉTUDE MENÉE PAR LE MAGAZINE ALLEMAND ÖKO-TEST A DÉNONCÉ LES PROBLÈMES ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIÉTAUX LIÉS À LA CULTURE CONVENTIONNELLE DES BANANES : UTILISATION DE PESTICIDES EN MASSE, TRÈS FAIBLE RÉMUNÉRATION DU PERSONNEL ET CONDITIONS DE TRAVAIL DÉSASTREUSES. À TRAVERS SON PARTENARIAT AVEC UNE COOPÉRATIVE PÉRUVIENNE ET FAIRTRADE LÉTZEBUERG, SODEXO S'ENGAGE À COMMERCIALISER UNIQUEMENT DES BANANES 100% FAIRTRADE ET ISSUES DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE DANS L'ENSEMBLE DE SES POINTS DE RESTAURATION. EN PARTICIPANT AU PROGRAMME ONLY DEPUIS 2016, SODEXO A DÉJÀ PROPOSÉ DANS SES ESPACES DE RESTAURATION PLUS DE 230 TONNES DE BANANES BONNES POUR LA SANTÉ ET RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT ET DES DROITS DE L'HOMME.



▲ Will Kreutz

LE CRÉATEUR

Les 300 campagnes et 150 corporate identities primées par 85 awards (inter-)nationaux, c'est lui. Les événements Goodbyemonopol en hommage aux artistes urbains du monde entier, c'est lui. La bouteille culte Roude Léiw de la Brasserie Simon, c'est lui. Les flûtes Ritzenhoff Roude Léiw et Gëlle Fra, c'est lui. Un creative director et serial communicator depuis toujours à Luxembourg ? Will Kreutz. C'est lui.

Après un *lifetime award*, il décide de ne vraiment plus en faire qu'à sa tête. Avec atypical et les partenaires intègres qu'il se choisit. Sans plus aucune bride ni à son inspiration, ni à son enthousiasme. Son terrain de jeu de prédilection : des produits de consommation haut de gamme mais grand public. Une gamme à forte connotation émotionnelle avec le

Luxembourg, entre Roude Léiw et Gëlle Fra, symboles forts et identifiables. D'abord le crémant, le café en grains ensuite, et leurs contenants appropriés pour une expérience unique. Et demain ? Les vins tranquilles, le lait. Et puis ? *Who knows...* Pas de copies de produits existants mais des créations propres, références 100 % authentiques et 100 % plaisir. Pour vous. Pour lui.

LA PHILOSOPHIE

Le secret de l'expérience originale de consommation haut de gamme commune aux produits des deux marques « nationales », Roude Léiw et Gëlle Fra ? Les hommes et femmes qui les développent en coopération autour de ces projets communs qui, complémentaires à la *nation branding* et labellisés Made in Luxembourg, rendent hommage au pays.

Le créateur et propriétaire des marques, Will Kreutz, donne vie à ses idées :

- Sélection soignée des partenaires selon des critères stricts ;
- Participation active, à leur écoute, à l'élaboration de l'assemblage final qui correspondra au goût unique et à la qualité irréprochable recherchés ;
- Conception de l'habillage, de la communication, du *merchandising*, etc. ;

▶▶▶▶ TOURNE LA PAGE, LIS LA SUITE !



I ACT. WHAT ELSE

DUUSSE GOÛT, VOLLER KRAAFT, ESPRESSO.

Certifiés BIO et FAIRTRADE, nos blends sont torréfiés au Luxembourg par l'unique torréfacteur certifié bio qui torréfie que des grains certifiés bio. Exclusivement.

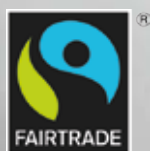
J'achète mes grains moi-même, j'emballe tous mes cafés et capsules moi-même et je livre personnellement.

Contrairement à nos cafés en grains, nous ne sommes pas autorisés de marquer nos capsules avec le label Made in Luxembourg...

Produites à base d'amidon de maïs et de pagasse, **100% sans aluminium**, nos capsules confectionnées avec nos blends, sont 100% biodégradables et compostables et parfaitement compatibles avec les machines Nespresso®.

Avec 40 millions de capsules l'an, consommées rien qu'au Luxembourg, vous avez le choix dorénavant.

Will Kreutz
Roude Léiw Bounekaffi



SIDD *Léiw* MATENEEN!

www.roudeleiwbounekaffi.lu



- Construction du réseau de distribution (grandes surfaces, épiceries fines, Web, etc.)
- Exclusivité, qualité sans compromis, prix juste, service irréprochable.

Producteurs : des entreprises familiales grand-ducales de renom, représentées par la nouvelle génération ; capables d'assurer un savoir-faire maîtrisé ainsi que le respect de la matière première qu'ils transforment et de leurs intervenants.

ALIMENTAIRE : UN GOUT PRONONCÉ POUR DES PRATIQUES RESPONSABLES

Pour l'IMS, la consommation alimentaire doit entrer dans une logique durable, du citoyen consommateur à l'entreprise qui met une cantine à disposition de ses employés.



Les débats sur l'alimentaire cristallisent de nombreuses passions car ils touchent au cœur des préoccupations des citoyens. Au menu des discussions : des thèmes aussi variés que l'accès à l'alimentation pour tous, la santé, la protection de la biodiversité, la raréfaction des ressources, ou encore la stimulation de l'économie locale. Le dissensus est alimenté par l'implication de multiples acteurs, des producteurs aux consommateurs, en passant par les restaurateurs, les

grands groupes industriels, les grossistes ou encore les distributeurs.

LA QUESTION DE L'ALIMENTAIRE EST VASTE PUISQU'ELLE IMPACTE LES TROIS PILERS DE LA RSE

Le pilier environnemental est largement ébranlé par les menaces liées aux nouveaux modes de consommation et de production. Nous mangeons toujours plus de protéines animales et, dans un contexte de mondialisation

des échanges, certains produits ont parcouru des milliers de kilomètres avant de finir dans nos assiettes. Pour exemple, l'empreinte carbone d'un kilo de viande de bœuf provenant d'Amérique du Sud équivaut à un parcours de 1 600 km en voiture et il aura fallu 15 000 litres d'eau pour le produire.

Aussi, les pratiques intensives et l'utilisation accrue d'intrants agricoles qu'elles requièrent sont largement en cause avec des dommages majeurs sur notre écosystème. Les modes de production sont certes au cœur des débats mais c'est l'ensemble du cycle de vie des produits qui est en cause. Concrètement, les emballages, l'acheminement, la réfrigération, la gestion des périmés et invendus, le recyclage des déchets, les comportements des consommateurs mais aussi des producteurs, distributeurs ou restaurateurs sont désormais au centre de toutes les attentions. Le volet social est aussi très présent dans les discussions.



L'accès à l'alimentation pour tous est une préoccupation de premier ordre. Les derniers chiffres d'Eurostat montrent que près d'un quart de la population européenne est actuellement menacé de pauvreté ou d'exclusion. Une question se pose : comment faire face à la faim qui s'installe dans nos sociétés d'abondance ? Sur le plan de la santé, la crise de la vache folle en 1996 a marqué les esprits et constitué une césure, invitant au principe de précaution et à plus de traçabilité pour répondre aux exigences sanitaires. Aussi, surpoids, obésité, maladies cardiovasculaires, allergies sont les corollaires de notre diète moderne et représentent un coût majeur pour notre société.

Enfin, le volet économique reste au cœur des préoccupations. Face à la mondialisation des échanges, le principe de responsabilité interroge à plusieurs titres : comment éviter le déclin économique des producteurs locaux et valoriser les terroirs proches ? Comment assurer des conditions de vie décentes aux producteurs d'aliments exotiques des pays en développement ? Comment éviter la perte économique liée à la disparition de certaines espèces et terroirs et sécuriser ses ressources ? Enfin, comment limiter le gaspillage

alimentaire qui impacte aussi bien le pouvoir d'achat des consommateurs que les revenus des producteurs ?

DES INGRÉDIENTS POUR DE MEILLEURES PRATIQUES

Face à ces enjeux, les initiatives se multiplient. Ainsi, les mouvements Slowfood, Euro-Toques ou encore la campagne de SOS Faim « Changeons de menu » sensibilisent et invitent à des pratiques plus responsables. Les circuits courts sont de plus en plus valorisés et le succès des « paniers » permet aux consommateurs et producteurs de se retrouver autour de valeurs communes, répondant ainsi au besoin croissant de transparence sur l'origine et le mode de production des aliments.

De leur côté, les géants de l'alimentaire adaptent peu à peu leurs stratégies sous l'impulsion de leaders tels Starbucks et sa politique de soutien aux producteurs de café ou encore Danone qui bouscule son business model pour « apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre ».

Mais cette approche responsable ne se limite pas

aux entreprises du secteur alimentaire : les organisations sont également concernées lorsqu'elles proposent une cantine à leurs salariés ou organisent une réception. La sélection des prestataires et des menus se doit d'être un choix éclairé. Gestion des déchets, provenance des produits, plats végétariens ou biologiques sont au menu des discussions. Afin de guider les organisations dans leur politique d'achats alimentaires responsables, IMS Luxembourg a publié un guide pratique à l'attention de ses membres, première publication abordant le sujet de la restauration d'entreprise. Chaque organisation peut agir en fonction de la spécificité de ses activités et de son environnement. À cet égard, la bonne pratique des Hôpitaux Schumann quant à leur gestion des déchets alimentaires et la redistribution aux plus nécessiteux est particulièrement inspirante.

À sa manière, chaque acteur économique se doit de contribuer à un alimentaire durable.

Extrait d'un article issu du magazine IMS, Sustainability MAG#1



Des goodies responsables

PRÉCURSEUR DE L'OBJET PROMOTIONNEL ÉCORESPONSABLE AU LUXEMBOURG, MAÂ-OUI! EFFECTUE AU QUOTIDIEN UN TRAVAIL DE FOURMI POUR IDENTIFIER LES FOURNISSEURS QUI PROPOSENT DES ALTERNATIVES À LA FOIS INNOVANTES, DURABLES ET PERSONNALISABLES EN MATIÈRE DE GOODIES. BREF, DES PRODUITS QUI RÉPONDENT AUX EXIGENCES DES ENTREPRISES SOCIALEMENT RESPONSABLES. «AUJOURD'HUI, L'OBJET PROMOTIONNEL N'A PLUS SEULEMENT VOCATION À FAIRE PASSER UN MESSAGE PUBLICITAIRE. IL TRANSMET AUSSI DES VALEURS : CELLES DE L'ENTREPRISE QUI LE DISTRIBUE. LA PHILOSOPHIE DE MAÂ-OUI! VA BIEN AU-DELÀ DE L'OBJET. ELLE EST DE PROPOSER DES PRODUITS QUI VÉHICULENT UNE IMAGE DE MARQUE», PRÉCISE JEAN-FRANÇOIS ORBAN, MANAGING DIRECTOR AND HEAD OF CORPORATE RESPONSIBILITY.

LA SUITE SUR INFOGREEN.LU

S'ouvrir aux valeurs sociétales

Depuis plusieurs années, thyssenkrupp Ascenseurs Luxembourg s'engage, tant dans sa démarche employeur que dans sa démarche commerciale, à créer de la valeur ajoutée pour la société.



▲ BikeSafe

Cette volonté s'est confirmée à travers l'obtention de plusieurs labels et certifications. En 2016, l'INDR lui remettait le label ESR (Entreprise socialement responsable), qui permet aux dirigeants d'entreprise de structurer, de formaliser et de valoriser leurs démarches de responsabilité sociale pour créer de la valeur partagée. Le département administratif de thyssenkrupp Ascenseurs Luxembourg compte d'ailleurs un coordinateur RSE.

La même année, thyssenkrupp Ascenseurs Luxembourg recevait le Prix luxembourgeois de la Qualité et de l'Excellence, octroyé par le Mouvement Luxembourgeois pour la Qualité et l'Excellence (MLQE).

Également signataire de la Charte de la diversité d'IMS Luxembourg, l'entreprise s'engage par cet acte à « agir en faveur de la promotion de la diversité par des actions concrètes allant au-delà des obligations légales et réglementaires de non-discrimination » (IMS Luxembourg).

« Chez thyssenkrupp Ascenseurs Luxembourg, nous sommes convaincus que la réussite

de l'entreprise passe par le respect des salariés et de l'environnement », explique Clément Wampach, directeur-gérant.

D'autres certifications viennent s'ajouter à ces deux premières : SuperDrécksKëscht (gestion des déchets tant dans les bureaux que sur chantier, réduction de la consommation de papier) et Sécher & Gesond mat System (santé et sécurité).

Pour marquer encore cet engagement, la société rejoint en 2019 le groupe de mécènes du magazine 4x3. « **Devenir mécène de 4x3 est pour nous une suite logique de notre engagement pour la santé et le bien-être, mais aussi de nos innovations en matière environnementale** », précise M. Wampach.

Promouvoir la mobilité douce

Au niveau de ses solutions aussi, les problématiques environnementales intègrent le raisonnement de thyssenkrupp Ascenseurs Luxembourg. Sa gamme d'ascenseurs a été conçue pour avoir un rendement énergétique optimal, consommer moins d'électricité et moins d'huile et intégrer un système de récupération de la chaleur. Ses monte-escaliers et plateformes pour chaises roulantes améliorent quant à eux le quotidien de nombreuses personnes à mobilité réduite.

Plus récemment, l'entreprise s'est intéressée à la mobilité douce et s'est lancée, à travers une collaboration exclusive avec la firme allemande Wöhr, dans la commercialisation de parkings intelligents pour vélo : BikeSafe (www.woehr.de). Cette tour permet de garer des vélos de manière sécurisée en optimisant l'espace vertical. En 16 secondes à peine, et à l'aide d'un badge personnel, le vélo est à l'abri de la pluie, du vol et de toute autre dégradation.



Economiser de l'espace – Se garer facilement.

Découvrez les systèmes de parking Wöhr pour voitures et vélos.
Infos et devis au 40 08 96.

luxembourg@thyssenkrupp.com
www.thyssenkruppascenseurs.lu
www.woehr.de



4x3 souffle sa première bougie

Près de 80 personnes se sont rassemblées chez Cargolux le 6 novembre 2018 pour découvrir la quatrième édition de 4x3, dédiée à la ville de demain et aux objectifs de développement durable. Morgane Haessler a rappelé le rôle de ProRSE (co-organisateur de l'événement) : rassembler les experts de la responsabilité sociétale en entreprise. Les membres du panel de discussion ont ensuite eu l'occasion d'informer le public sur

leur approche des objectifs de développement durable (ODD) et les conseils qu'ils peuvent apporter à ce sujet. 4x3 a remis un chèque de 1 000 euros à l'ONG Padem afin de financer son projet de promotion de l'agriculture familiale durable et de développement de l'accès à l'eau dans les régions semi-arides de Bolivie. L'événement s'est terminé par un *networking cocktail* servi et offert par Cargolux, hôte de la soirée.

70 EVENT



SUR
LE
WEB



moving people, moving you.

Vivre aujourd'hui la mobilité de demain.

Navette autonome Sales-Lentz.

100% autonome. 100% électrique.

mobilitypioneers.lu



Sales-Lentz
moving people

FONDATION POUR L'ACCES
AU LOGEMENT

AGENCE
IMMOBILIERE
SOCIALE



Profitez d'une exonération de 50 % de vos impôts sur les revenus locatifs

Vous êtes propriétaire d'un logement inoccupé ?
Vous voulez investir dans l'immobilier ?

Le partenaire des communes dans la lutte contre la pénurie du logement vous offre plein d'avantages :

- Loyer garanti
- Remise en état du logement
- Récupération en cas de besoin
- Encadrement de l'occupant
- Avantages fiscaux

Nous recherchons des logements que nous prenons nous-mêmes en location afin de vous garantir le paiement régulier du loyer. Votre bien sera mis à disposition d'un ménage à revenu modeste.

Contactez-nous au :
26 48 39 52

ou consultez notre site internet :
www.ais.lu

pour plus d'informations !