

Un salon à chasser le spleen

Le monde de l'entreprise est plus vivant que jamais avec des responsables d'entreprises qui, pour certains d'entre eux, n'ont pas encore de poils au menton mais ont fait un plein de neurones renforcé par un culot dicté par les impératifs du temps. Adieu marasme, l'entreprise nouvelle est arrivée!

■ Troisième livraison d'une exposition «clé en main» pour tout ce qui touche du domaine de l'imagination au Luxembourg, cœur et âme d'une Grande Région très heureuse d'être concernée et de participer à ce qui tourne à l'institution.

Le propos est de mettre les créateurs en présence, et la satisfaction de Jean Michel, directeur de Luxexpo, est visible, le pari est d'ores et déjà réussi. On aurait presque peine à croire que Contact n'a que trois ans. Un déjà bien grand garçon pour son âge. Quand on veut savoir si un événement est un succès, il suffit de s'y rendre. Pour Contact, force est de constater l'affluence des grandes opérations, laquelle se déroule sur plusieurs sites, Luxexpo, la Chambre de commerce et la Chambre des métiers à Luxembourg mais aussi à Hosingen et à Marnach. Un événement ponctué d'ateliers, de conférences où interviennent de nombreux représentants des instances du monde de la politique et des affaires du Luxembourg; à commencer par le ministre des Classes moyennes et du Tourisme, Françoise Hetto-Gaasch, qui a ouvert le salon le samedi 21 novembre.

La crise? Connait pas...

Luxembourg ne compte plus ses battements ni ses emballements depuis le début de ses journées devant la qualité que revêt l'ac-



Allison Masci, «B2B executive» d'Utopia, très représentative de la nouvelle génération d'interlocuteurs de haut niveau, jeunes, intelligents, vifs et accrocheurs (Photos: JCS)

tion de plus de 100 participants, des start-up aux multi-nationales qui ont de toute évidence une seule envie, regarder droit devant et faire comme si la crise, le krach, la déroute, la récession enfin les convulsions «wallstreetiennes» n'avaient été qu'une onde provoquée par une chiure de hibou dans l'immense mare aux canards.

Tout ce qui bouge, tout ce qui est vivant et tient à la faire savoir est et se doit d'être pré-

sent pour cette planète inter-entreprises. Des enseignes très présentes au salon Contact à Luxexpo, telle «b2fair», montrent assez bien ce qu'on y vient chercher, du «contact». b2fair à Luxexpo, c'est un portefeuille de plus de trois cents rencontres organisées entre partenaires éventuels et futurs, mais déjà partenaires quand même par le rendez-vous organisé sur place dans les deux jours du salon Contact. Start-up chaperonnées

par la Chambre de commerce, start-up indépendantes, artistes aussi avec notre Florence Hoffmann, merveilleuse plasticienne dont les œuvres sont disséminées dans le monde entier, du Luxembourg en maints endroits, au Canada, au Mexique, en Thaïlande, au Japon et même en France... Florence Hoffmann a signé le trophée b2fair, une réussite!

Pour Jeannot Krecké, ministre de l'Economie et du Commerce

extérieur, ce salon «contribue à renforcer la compétitivité de l'économie luxembourgeoise. En tant que source d'inspiration et d'information, cet événement encouragera les dirigeants et chefs d'entreprise à s'approprier de nouvelles technologies et à recourir à des services innovants pour développer leurs activités».

Nous sommes venus, nous avons vu, sommes convaincus! ■ Jean-Claude Sacerdot

Luxembourg sait se projeter

Quand l'entreprise fait son cinéma

Pour Allison Masci, «B2B executive» d'Utopia et son Utopolis, le groupe n'a pas qu'une vocation de cinémas de quartier; il s'adresse aussi - elle aurait même envie de dire «surtout» - au monde de l'entreprise. Nous lui avons demandé des précisions.

Qu'avez-vous à proposer aux entreprises?

Nous leur apportons sur un plateau d'argent une nouvelle approche de leur personnel et de leur clientèle et un moyen ludique et dynamique d'emporter la décision chez les prospects. Offrir «Utopolis», c'est mettre en relief les actions de promotions.

Quels sont vos arguments majeurs?

Nous disposons d'offres attractives personnalisables aux couleurs du client sur notre «Movie Chèques» pour une commande de 11 à 99 chèques valables 6 mois dans les cinémas Utopolis et Ciné Utopia au Luxembourg. Nous proposons un «Ciné Chèques» pour une com-

mande de 100 à 5.000 chèques dont la validité s'étend sur un an dans tous les cinémas d'Utopia Group. Notre tarif est dégressif au regard du volume d'achat.

Cela se limite-t-il aux projections?

Pas seulement, nous pouvons diffuser les spots numériques des entreprises dans les formats compris entre 20 et 90 secondes. Notre hall d'accueil, entrées et sorties de salles peuvent servir d'exposition. Pour ce qui est de l'affichage, nous offrons 2 réseaux de 19 faces éclairées et 4 grands formats qui donnent tout son impact à l'affichage.

Quelle est votre surface exploitable?

Utopolis, ce sont 10 salles de projection comprenant de 120 à 491 places, toutes équipées de projecteurs numériques qui assurent une qualité supérieure de l'image. Notre service traiteur est susceptible d'organiser tous les types de réceptions.

■ JCS

Le salon «Contact», un sérieux outil de représentation internationale

Wallonie mon amour...

Acteur phare du salon «Contact», l'AWEX, ou Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers, tient solidement sa place.

■ Pour Anja Heinen, conseiller économique et commercial à l'ambassade de Belgique au Luxembourg, le salon est «l'occasion rêvée» au-delà du simple argument commercial, de faire connaître à toute la Grande Région la force d'entreprise qu'est la Wallonie, l'une des trois régions du royaume de Belgique. Anja Heinen aime le Luxembourg et ce qu'il représente depuis cinq ans qu'elle est en poste. La Région wallonne, un outil économique pour le troisième millénaire avec cinq pôles de compétitivité: sciences du vivant, agro-industrie, génie mécanique, transport et logistique et secteur aéronautique et spatial. La Wallonie c'est une



Pour Anja Heinen, tout est rendu possible et facile au Luxembourg

force vive de 3.400.000 habitants sur une superficie de 16.844 kilomètres carrés et une infrastructure de communication modale parmi les plus den-

ses au cœur de l'Europe. L'AWEX vote «Contact»!

Dans le même ordre d'idée on se reportera à notre rubrique économique page 23. ■ JCS