

«Pour une Grande-Région des start-up»

Le président de Luxfactory s'interroge sur une nouvelle stratégie

INTERVIEW: THIERRY LABRO

Soutenu par l'Office du Ducroire et la Chambre de commerce, Luxfactory emmène 16 start-up luxembourgeoises au Consumer Electronics Show de Las Vegas qui commence aujourd'hui. L'occasion de voir où est l'intérêt de se retrouver au milieu de 1.000 sociétés qui viennent présenter un produit de moins d'un an à près de 200.000 visiteurs professionnels pendant quatre jours, avec le président de Luxfactory Jérôme Grandidier et le CEO de Luxfactory Elodie Trojanowski.

M. Grandidier, Mme Trojanowski, pourquoi aller au coeur de l'écosystème le plus dynamique au monde «vendre» des start-up luxembourgeoises?

Jérôme Grandidier: Ça permet d'aller dans le plus grand salon du monde à la rencontre de plus de 170.000 visiteurs professionnels dans l'innovation et les grosses boîtes et 1.000 start-up, à peu près un tiers d'américaines, un tiers de françaises et le reste du monde entier. Notre stand sera plus grand que celui de la Belgique. C'est une vitrine du Luxembourg de les mettre tous ensemble mais pour chacun, cela leur permet de rencontrer des financiers, des partenaires, des clients ou des concurrents et cela en quatre jours. Il y a 7.000 médias sur place.

Elodie Trojanowski: Le Luxembourg en tant que start-up nation doit être présent dans le plus grand événement technologique, sinon ça n'a pas de sens de parler de l'aide à

l'innovation et de la volonté d'attirer des start-up au Luxembourg...

Au milieu des 1.000 start-up, est-ce qu'on n'est pas un peu perdu...

J. G.: C'était un peu la crainte qu'avaient les gens au départ. On a fait un pavillon, seulement 17 pays ont un pavillon national. Avec un grand «Luxembourg» au dessus, ça permet tout de suite de bien identifier. On a des start-up de qualité au Luxembourg. Par rapport à la taille du pays, on pouvait se poser la question de la concurrence réelle avec des start-up. Il y a une sélection par pays et ensuite des organisateurs, qui n'acceptent pas tout le monde. On n'a pas à rougir. LuxAI et son robot qui parle aux enfants autistes ont reçu le prix du CES pour la meilleure technologie pour un monde meilleur. Pour le nation branding, c'est assez sympa! L'an dernier, ils sont revenus avec un millier de contacts, qu'ils ont entretenus cette année. Je crois qu'une soixantaine a débouché sur des choses plus sérieuses.

E. T.: En France, les start-ups sont sponsorisées quasiment à 100 %, ici, on a sponsorisé une partie, l'Office Ducroire a payé la moitié et le reste des frais sont à leurs charges. C'est un gros investissement pour eux et ils le prennent très au sérieux.

Dire qu'on a des start-up de qualité, qu'est-ce que cela veut dire?

J. G.: Comparé par rapport aux autres! Gagner un des quelques prix qui sont mis en place, ça donne de la visibilité. L'an dernier, on a fait le tour de tout ce qui existait et on

est aujourd'hui à un niveau assez étonnant pour la taille et le nombre de start-up relativement réduits. On parle de 300 à 400 mais les chiffres c'est compliqué! Maintenant, n'importe quelle activité qui se lance se lance en mode start-up. Prenez Klin, qui est un pressing! C'est un virage que le Luxembourg ne peut pas rater.

E. T.: En France, les start-ups sont très tournées vers le business qu'elles peuvent faire sur la scène nationale. Nous, on est directement propulsé au niveau international et ça donne plus d'impact.

J. G.: Ces dernières années, il y a eu beaucoup d'investissements, privés ou publics sur des incubateurs, des accélérateurs, des programmes. La dernière chose qu'il nous reste à réussir comme pari à Luxembourg, c'est celui du financement de ces start-up. Quand elles arrivent à un certain niveau de maturité, elles ne trouvent plus le financement dont elles ont besoin. Elles le trouvent à l'extérieur et au bout d'un moment, elles finissent par suivre les capitaux et l'activité finit par bouger...

Pourtant, Luxembourg, la place financière, tout ça...

J. G.: On est la deuxième place financière au monde en terme de fonds d'investissement. Par contre, ces fonds sont investis dans des pays extérieurs. A Luxembourg, il n'y a que le Digital Tech Fund, qui a vocation d'investir localement mais qui n'a pas encore sa vitesse de croisière... Il manque deux choses. D'un côté, un fonds d'une taille correcte à Luxembourg qui permette d'investir dans les plus belles start-up sans même avoir à regarder les autres. Au moins celles qui réussissent et sont toujours là.

C'est combien, la taille correcte?

J. G.: Pour un fonds moyen, c'est 150 millions d'euros et dans tous les pays du monde, il y a ce genre de fonds. En Jordanie, un fonds de 98 millions d'euros, au Liban, il y a cinq ans, ils ont débloqué 500 millions de dollars, au Chili ils ont fait venir 1.500 start-up, en Argentine, j'ai visité un fonds qui faisait plus de 500 millions de dollars... Partout, dans des pays plus pauvres, il y a des fonds qui ont vocation à investir localement. A Luxembourg, on a des fonds... qui investissent ailleurs!

Et l'autre chose?

J. G.: Il n'y a pas de tax shelter comme chez nos voisins. On n'incite pas les gens à investir dans les start-up parce qu'il y a un risque, qui n'est pas rémunéré à sa juste valeur. Les gens continuent d'investir massivement dans l'immobilier. On arrive à un moment où les prix de l'immobilier amènent aussi un risque au niveau du secteur. C'est peut-être le moment à diversifier l'économie et amener d'autres moyens. Quand une start-up se crée, l'argent qui est mis, n'est pas mis comme quand on crée une structure de support public qui n'a pas vocation à être rentable. Il peut y avoir un retour sur investissement et ça rapporte plus. Dans une start-up, on n'est pas le seul, il y a d'autres in-



Pour les start-up, il manque deux outils au Luxembourg: un fonds de 150 millions d'euros et un tax-shelter, dit Grandidier.

vestisseurs et tout l'argent qui rentre est réinvesti. C'est de l'argent qui tourne très vite, qui crée de l'emploi, des taxes, de la TVA... Ça doit être dans le budget 2020...

Nos dirigeants ne comprennent pas ou ils ne veulent pas faire cela?

E. T.: Ils ne comprennent pas. **J. G.:** Ils ont peur que les gens investissent à l'étranger parce que la loi européenne permet d'investir à l'étranger. Nous, on pense au contraire, qu'en créant un tax shelter et un deuxième fonds comme la loi Rau dans le passé, l'immense majorité des personnes vont vouloir mutualiser et privilégier un fonds qui investit localement. Aujourd'hui, on a raté le coche, on n'arrivera plus à se battre par rapport à Paris, Francfort, Amsterdam ou Berlin. Mais on a un positionnement géographique fantastique. On pousse vers la créa-



Le président et la CEO de Luxfactory, Jérôme Grandidier et Elodie Trojanowski, plaident pour un avantage fiscal pour les investissements dans les start-up et un fonds de 150 millions d'euros. (PHOTO: GERRY HUBERTY)

tion d'une mini-Europe depuis ici et au lieu de se voler les start-up les uns aux autres, pourquoi ne pas créer des filiales dans les pays voisins et accélérer leur internationalisation.

E. T.: C'est aussi positif pour une entreprise qui peut dire

qu'elle est installée dans plusieurs pays.

J. G.: Pourquoi les start-ups sont mieux valorisées aux Etats-Unis qu'en Europe? Parce qu'elles ont accès à un marché plus grand, avec une monnaie unique, une langue unique, les mêmes lois.

Près de 200.000 visiteurs professionnels sont attendus pendant quatre jours au Consumer Electronics Show de Las Vegas. Une aubaine pour nouer des contacts pour les start-up luxembourgeoises. (PHOTO: AFP)

Le «Data Age», encore trop le Far West

Tous les nouveaux objets posent le problème de la confidentialité

Las Vegas. Les Américains devraient dépenser cette année 398 milliards de dollars pour s'acheter des appareils électroniques, anticipe la Consumer Technology Association (CTA), qui organise le salon CES à Las Vegas aux Etats-Unis. «Nous approchons rapidement d'une nouvelle ère de l'électronique grand public», a assuré Steve Koenig lors d'une conférence de presse organisée en amont de la grand-messe annuelle de la tech, alors que le secteur attend avec impatience depuis des années le nouvel appareil qui révolutionnera le secteur comme le fit par exemple l'iPhone en 2007.

La CTA, qui tablait l'an dernier à la même époque sur 351 milliards de dollars de dépenses aux Etats-Unis, ne donne plus depuis l'an dernier de données mondiales comme il le faisait auparavant. En 2017, il avait anticipé 929 milliards de dollars de dépenses mondiales.

Côté smartphones, la CTA espère une modeste progression de 2 % en chiffre d'affaires (80 milliards de dollars) et de 1 % en volume (170,7 millions d'unités) en 2019, dans un marché plombé par la saturation et par les tensions avec la Chine.

Le secteur espère mettre derrière lui cette année les nombreuses polémiques autour des fuites de données personnelles qui ont lourdement écorné l'image des géants technologiques, à commencer par Facebook. «2018 a été une année très dure pour plusieurs grosses entreprises technologiques, du coup, il y a aussi pas mal de gens qui veulent (l') oublier et foncer tête baissée vers un avenir enthousiasmant», pense Bob O'Donnell, analyste de Technalysis, qui compte notamment sur la 5G, les écrans pliables ou les améliorations de l'intelligence artificielle sans connexion internet.

Les enceintes connectées en plein boom

Mais difficile de faire l'impasse sur la problématique des données personnelles car le CES va fournir de milliers d'objets connectés, qui précisément collectent les données de l'utilisateur, par exemple pour anticiper ses goûts en matière de musique (enceintes intelligentes), ou déterminer s'il aura besoin de soins médicaux (bracelets santé...).

Tout l'écosystème des objets connectés repose sur l'exploitation de ces données, et donc sur la con-

fiance des usagers dans le fait qu'elles ne finiront pas dans la nature, une inquiétude largement justifiée par les scandales autour de Facebook, Google et autres plateformes. Leur modèle économique repose sur ces données, qui leur permettent de cibler finement la publicité.

«Où que vous alliez, le dénominateur commun, ce sera les données», a d'ailleurs souligné Steve Koenig, parlant d'une «transition vers le «Data Age» («l'ère des données»), un peu comme dans le film «Matrix», célèbre film de science-fiction sorti en 1999. Interrogé sur les polémiques autour des données, Gary Shapiro a espéré que le secteur puisse s'autoréguler, mais, si besoin, «nous défendrons une loi» fédérale américaine posant les principes à respecter par les entreprises.

Les enceintes connectées – grosses collectrices de données personnelles – devraient encore croître en 2019 mais ralentir, avec +7 % attendus en revenus (3,2 milliards de dollars) et +5 % en volume (36,6 millions d'unités), selon, la CTA, qui anticipait l'an dernier un bond de 60 % des ventes par rapport à l'année précédente. AFP

Cargolux transportiert Beluga-Wale

Meeressäuger kommen in eine Schutzstation

Luxemburg. In diesem Frühjahr soll vor Island das erste Freiwasserreservat der Welt für Weißwale als Auffang- und Schutzstation entstehen. Die beiden Beluga-Weibchen Little Grey und Little White, die sich derzeit als „Attraktion“ im Changfeng Ocean World-Park bei Shanghai befinden, sollen dort eine neue Heimat finden. Der Lufttransport der beiden Meeressäuger in die 32 000 Quadratmeter große Bucht an der Südküste Islands wird in Zusammenarbeit mit der Organisation „Sea Life Trust“ und dem „Whale and Dolphin Conservation“ (WDC) von der luxemburgischen Fracht-airline Cargolux durchgeführt – unentgeltlich. Richard Forson, Präsident und Geschäftsführer von Cargolux, erklärt dazu: „Wir bereiten uns akribisch auf den Umzug im Frühjahr vor, um eine reibungslose Reise für Little Grey und Little White zu gewährleisten.“

Cargolux verweist darauf, dass die Airline sich seit langem für Umweltbewusstsein und Tierschutz engagiert. Partnerschaften wie diese seien für die Fluggesellschaft von größter Bedeutung und spiegeln ihr Engagement und das ihrer Mitarbeiter wider, so Cargolux. Die komplexe logistische Herausforderung, zwei Beluga-Wale auf dem Luft-, Land- und Seeweg zu transportieren, wird von Experten mit Erfahrung im Transport von Meeressäugern geplant. Die rund 6 000 Kilometer lange Reise wird etwa 24 Stunden dauern; den Lufttransport mit einem gecharterten Spezial-Flugzeug sponsert Cargolux. Nach dem Flug werden Little Grey und Little White auf einer zweistündigen Fahrt vom Flughafen zur Fähre auf zwei einzelne Lastwagen umgeladen und dann zur Bucht Heimaey transportiert. Cathy Williamson, Managerin der Tierschutzorganisation WDC, dazu: „Wale und Delfine sind hochintelligente Kreaturen und eignen sich nicht, um in einem kleinen Pool festgehalten zu werden. Es ist zu hoffen, dass dieses Projekt dazu beitragen wird, in Zukunft die Ansiedlung von mehr gefangenen Wale in eine natürlichere Umgebung zu fördern.“

„Als das Projekt angekündigt wurde, war die Resonanz insgesamt sehr positiv“, erklärt Moa Sigurdardottir, Pressesprecherin von Cargolux, auf Nachfrage. In den letzten Jahren seien viele Möglichkeiten untersucht worden, diese beiden Wale in einer natürlicheren Umgebung unterzubringen. Das „Sea life Trust Beluga Whale Sanctuary“ in Island sei die größte Entwicklung im Bereich des Schutzes der Meere seit Jahrzehnten und ein bahnbrechendes Projekt, das der natürlichen Umwelt von Belugas am nächsten komme. MeM



Bald heißt es: „Wale an Bord“. Die gecharterte Maschine steht in Shanghai bereit. (PHOTO: CARGOLUX)

Byton sieht sich auf Kurs

Serienproduktion des E-Autos soll 2019 beginnen

Las Vegas. Der von ehemaligen BMW-Managern gegründete Elektro-Autobauer Byton sieht sich im Zeitplan, die Serienproduktion seines ersten Modells Ende des Jahres zu starten. „Wir sind auf dem Weg, zu liefern, was wir versprochen haben“, sagte Byton-Chef Carsten Breitfeld zum Auftakt der Technik-Messe CES in Las Vegas. Vor einem Jahr hatte Byton dort einen Prototypen seines Elektro-SUV M-Byte vorgestellt. Jetzt zeigt die Firma die serienreife Innenausstattung des Modells, während es an dem äußeren Design noch Änderungen geben könnte.

Nach Las Vegas brachte Byton auch das Konzept des Sedans K-Byte mit, eines geplanten zweiten Modells auf der Plattform, das im vergangenen Sommer zuerst in Shanghai vorgestellt wurde. Ein Serien-

modell auf Basis des K-Byte-Konzepts sei für 2021 geplant und ein drittes Fahrzeug für 2023, sagte Breitfeld. Byton strebe weiterhin einen jährlichen Produktionswert von 300 000 Fahrzeugen innerhalb von vier Jahren an.

Byton will im Schlussquartal 2019 die Serienproduktion des SUV in China starten und die Fahrzeuge zunächst auch nur dort verkaufen. Für das dritte Quartal 2020 ist zum Preis von rund 45 000 Dollar der Markteintritt in den USA und in etwa zeitgleich auch in einigen europäischen Ländern geplant. Byton rechne damit, rund die Hälfte seiner Produktion in China zu verkaufen und mehr als ein Viertel in den USA. Darum werden mögliche Optionen zur Produktion in Südkorea oder eine Endmontage in den USA selbst geprüft. dpa