

Les start-up se structurent

Alors que le pays tente de construire un écosystème favorable au développement des jeunes pousses, elles auront désormais une fédération dans le but de défendre leurs intérêts.

Face au flou entourant le monde des start-up, la Fédération luxembourgeoise des start-up (FLSU) souhaite se faire le parlophone des très jeunes structures dans le but de faire entendre leurs voix parmi les acteurs économiques et politiques du pays.

De notre journaliste
Jeremy Zabatta

La Fédération luxembourgeoise des start-up (FLSU) est lancée depuis vendredi. Cette nouvelle association a pour objet «la représentation et la défense des intérêts collectifs professionnels, moraux, économiques, sociaux et juridiques des personnes morales exerçant d'une façon habituelle une activité entrepreneuriale ou souhaitant l'exercer», selon ses statuts.

Plus concrètement, elle veut donner du poids, tant économique que politique, aux start-up et aux «start-uppeurs» qui peuvent se sentir parfois à l'étroit ou timides à côté des acteurs économiques traditionnels, mais également face à la machine politique et administrative qui n'a pas toujours les bons codes pour s'adresser et échanger avec cette nouvelle génération d'entrepreneurs. «Le but est de mutualiser les efforts afin que les start-up puissent parler d'une seule voix. On peut y voir une volonté d'apporter un poids politique à cet écosystème autour des start-up, mais c'est surtout un moyen de faire remonter le plus haut possible leurs besoins», explique Élodie Trojanowski, vice-présidente de la Fédération luxembourgeoise des start-up. «L'innovation devient un enjeu économique majeur pour le pays et le sera de plus en plus. De nombreuses start-up sont aujourd'hui présentes sur le territoire. La FLSU a été créée afin de mutualiser les requêtes et de mettre en place un dialogue entre les start-up et les autorités», complète Jérôme Grandidier, actuel président de l'association.

La création de cette structure répond également au besoin de connaître le monde des start-up au Luxembourg, qui reste encore un peu flou. Pouvoir faire un travail de recensement, pouvoir définir même au sens large ce qu'est une start-up luxembourgeoise, pouvoir identifier



Au Luxembourg, on estime qu'il y a entre 400 et 500 start-up.

les besoins d'une jeune start-up et d'une start-up déjà mature ou encore connaître l'impact des start-up créées au Luxembourg sur l'emploi et l'économie du pays semble devenir inévitable pour comprendre au mieux cet univers et également inciter les jeunes à se lancer dans cette aventure entrepreneuriale soutenue par le concept dit de «start-up nation».

➤ Construire un écosystème pérenne

Si le travail d'analyse économique doit être dans les attributs du ministère de l'Économie, la FLSU souhaite surtout dans un premier temps se constituer une base avec des membres. «Nous avons déjà 50 start-up membres. Nous n'avons pas d'objectif chiffré, même si nous espérons pouvoir avoir entre 150 et 200 start-up sur la première année. Ce qui est certain, c'est que plus nous aurons de start-up membres, plus nous au-

rons une force de représentation. Les start-up ont des besoins, elles participent à l'économie luxembourgeoise et ensemble, elles peuvent faire bouger certaines choses», souligne encore Élodie Trojanowski.

S'il est impossible d'avancer le nombre exact de start-up au Grand-Duché, le nombre de 400 start-up est souvent mentionné pour les quantifier.

Soutenue par la Chambre de commerce et sa House of Entrepreneurship, la FLSU a une triple vocation : recenser les start-up présentes sur le territoire, animer l'écosystème et fédérer les attentes des jeunes entreprises. Aujourd'hui, ces dernières n'ont aucun représentant et il leur est difficile d'exprimer clairement leurs attentes vis-à-vis du gouvernement, des organismes publics et semi-publics et des grandes compagnies. «L'innovation devient un enjeu économique majeur pour le pays et le sera de plus en plus. De nombreuses start-up sont au-

jourd'hui présentes sur le territoire. La FLSU a été créée afin de mutualiser les requêtes et de mettre en place un dialogue entre les start-up et les autorités», souligne Jérôme Grandidier. La vice-présidente et secrétaire Élodie Trojanowski et Jean-Marc Dreystadt, vice-président et trésorier, complètent le bureau de l'association.

Des élections se tiendront en juin prochain. «La FLSU souhaite regrouper les avis autour de problématiques phares telles que l'organisation des canaux de financement, l'open innovation, l'accueil, etc., afin de faciliter le dialogue entre ce secteur d'activité porteur de croissance et les autorités publiques», explique Élodie Trojanowski.

Pour rappel, depuis 2014, le Luxembourg se positionne en tant que «start-up nation». Si le pays a déjà fait de nombreux efforts pour tenter de faire du Grand-Duché une terre fertile pour les jeunes pousses innovantes, de nombreuses problé-

matiques restent d'actualité, notamment sur la question du financement, permettant de construire un écosystème pérenne. Il faut rappeler que, pour le moment, le Luxembourg ne fait pas partie des places fortes en termes de start-up, contrairement à des pays européens comme le Danemark ou des villes comme Berlin ou Amsterdam.

Pour autant, le Grand-Duché a une bonne carte à jouer. Et à voir les premières réactions positives sur les réseaux sociaux et professionnels, cette nouvelle fédération semble être bien accueillie par le monde des start-up.

Comme quoi, même dans l'univers fun et déstructuré des start-up, un peu de structuration est vu d'un bon œil.

Plus d'informations sur le site www.flsu.org. À noter que l'adhésion est rapide et gratuite la première année.

La start-up, la face sexy de l'entrepreneuriat

Face à la concurrence de la fonction publique, la start-up donne un souffle de modernité à l'entrepreneuriat.

Depuis 2014, le Luxembourg s'est clairement positionné sur une tendance : celle d'accueillir les start-up. Actuellement, le pays en accueille entre 400 et 500, même si aujourd'hui «tous ceux qui se lancent dans l'en-

trepreneuriat font une start-up», souligne-t-on dans les couloirs d'un incubateur de jeunes pousses de la capitale. Mais cinq ans après le lancement de la «start-up nation», des interrogations se posent sur les ambitions réelles du pays et surtout des moyens qu'il entend se donner pour faire éclore un écosystème pérenne.

Il faut en premier lieu tenter de comprendre pourquoi le Luxembourg s'est lancé dans ce concept de «start-up nation», qui n'est pas si éloigné du fameux «esprit d'entreprise» mis encore récemment en avant par la Chambre de commerce.

Si la frontière est parfois floue entre une start-up et une entreprise traditionnelle, ce flou semble arranger le gouvernement et les acteurs économiques. Le choix du pays de s'orienter sur le terrain de l'accueil des start-up n'a rien

est confronté depuis longtemps à une certaine frilosité entrepreneuriale de la part des Luxembourgeois. En effet, au moment de choisir une voie de carrière, les jeunes Luxembourgeois choisissent souvent la fonction publique. Plus rémunératrice et surtout moins risquée que l'aventure entrepreneuriale et son lot de risques, contrairement aux résidents étrangers et aux frontaliers qui n'hésitent pas à se lancer dans la création d'entreprise.

➤ Le goût d'entreprendre

Un constat encore récemment rappelé par Carlo Thelen, directeur de la Chambre de commerce.

C'est également ce qui explique les nombreuses initiatives et incitations à l'entrepreneuriat existantes au Luxembourg. Entre la possibilité de créer une entreprise avec 1 euro (ou presque), les conseils d'experts de Nyuko, l'ensemble de la gamme de

Fit4Entrepreneurship...) ou encore les nombreuses aides aux PME du ministère de l'Économie et de l'Innovation, la possibilité de créer son affaire au Luxembourg tout en étant encadré et conseillé sont énormes, mais pas très sexy.

C'est là où la notion de «start-up nation» entre en jeu. La start-up a cette image positive, dynamique, fun tout en véhiculant l'idée de pouvoir travailler en cassant les codes traditionnels du travail. Pas d'horaires, pas de pointeuse, pas de patron qui compte les minutes et ne se préoccupe que de sa rentabilité. La start-up attire les jeunes. Là encore, il y a beaucoup moins de risques d'un choc des générations. Les Y, Z arrivent à se comprendre et à travailler ensemble, même s'ils sont différents. Ce qui est beaucoup moins évident avec les «baby-boomers» (les personnes nées entre 1943 et 1959).

Certains diront ne pas comprendre pourquoi tant d'efforts sont faits pour attirer les jeunes Luxembour-

neuriat. On oublie trop souvent que 55 % de l'emploi intérieur est créé par les petites et moyennes entreprises, soit l'étape qui vient après la start-up. Imaginons que d'ici à dix ans, les plus de 32 000 entreprises artisanales, commerciales et issues du secteur Horeca, ainsi que certaines professions libérales soient en très grande majorité entre les mains de non-Luxembourgeois et même de non-résidents. Le rapport de force socioéconomique et politique serait alors extrêmement déséquilibré et compliqué.

En profitant de cette tendance, celle de la création de start-up et non plus d'entreprises, le pays a profité du côté sexy du monde des jeunes pousses pour inciter à l'entrepreneuriat. Finalement, cette stratégie ne s'arrête pas sur la réussite de la start-up en elle-même mais plutôt sur le fait de donner le goût d'entreprendre. Après, personne ne s'offusquera de voir naître une «licorne» luxembourgeoise, c'est-à-dire une start-up valorisée à plus d'un mil-

